المبادئ الأساسية

في

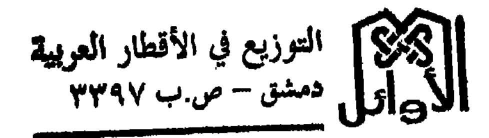
الصحافة الإذاعية



المبادئ الأساسية
في الصحافة الإذاعية

البروفسور: ميخائيل مينكوف
أستاذ في كلية الصحافة في جامعة صوفيا

ترجمة
فؤاد الشيخ



МИХАИЛ МИНКОВ

ОСНОВИ И СПЕЦИФИКА НА РАДИОПРЕДАВАНИЯТА

المبادئ الأساسية في الصحافة الإذاعية

ميخائيل مينكوف

ترجمة فؤاد الشيخ

الطبعة الأولى 1000 / 2000

دار مشرق-مغرب للخدمات الثقافية والطباعة والنشر

سوريا / دمشق ص.ب 30829 تليفاكس 8816673



التنضيد الالكتروني والإخراج: بيسان سارة

موافقة وزارة الاعلام رقم 470077 تاريخ 27 / 12 / 99

المحتويات

إلـــى

- روح والـدي الـذي فقدنـاه قبـل أن تثمـر الشـجرة التـي زرعها في أرضنا الطيبة
- أُمي التي مازالت ترشدني كما كانت في بداية تعليمي
- إخوتي وأخواتي الذين كانوا عوناً وسنداً لي
- زوجتي الغالية مها وطفلتيَّ حَلا وَ روان
- الاصدقـاء والزمـلاء الـذيـن شـجعوني علـى إنجـاز هـذا العمل ..

مـع حبـي للجميـع

فـؤاد

تقـــديـــم

بقلم :الدكتور صابر فلحوط
رئيس اتحاد الصحفيين
في الجمهورية العربية السورية

عندما أنجز الصحفي فـؤاد الشيخ ترجمـة كتـاب –المبـادئ الأساسية في الصحافـة الإذاعيـة– للبروفسـوز ميخـائيل مينكـوف الأستاذ في كلية الصحافـة فـي جامعـة صوفيا، طلـب إلـيّ وضـع تقديم له لأسباب رأى فيها من الوجاهة وحسن الظـن، بمقـدار مـا فيها من المحبة التي أقدرها واشكرها..

ومن هذه الأسباب والدواعي:

1– كوني مشرّفاً من قبل زملائي الصحفييـن بمهمـة نقيـب الصحافة في سورية منذ ثلاثة عقود..

2– كونـي عملت مديراً عاماً للدعاية والأنباء في السـتينات من هذا القرن، وتابعت العمل في هذا الحقل رئيساً لتحريـر أكـثر من وسيلة إعلامية.

3- باعتباري أتيح لي أن أكون عاملاً "ودارساً" في بلغاريا، وجامعة صوفيا بالذات قبل ثلاثين عاماً، كما شُرفت بأمانة سر جمعية الصداقة العربية السورية ـ البلغارية، حيث كان لهذه الجمعية الأيادي البيضاء في تعزيز علاقات الصداقة والتعاون بين البلدين الصديقين سورية وبلغاريا، وتسهيل السبل أمام كتائب من الطلبة الدارسين في الجامعات البلغارية والذين يقومون حالياً بمهام جليلة في تطوير سورية الحديثة في العديد من حقول البناء والاستثمار والتطوير..

4- بالنظر لمعرفتي الدقيقة لكفاءة البروفسور مينكوف ودوره في تطوير الفكر الصحفي البلغاري بمدارسه، وأسسه المختلفة.

أن الموضوع الذي جَهدَ، واجتهد الزميل الشيخ لإخراجه مترجماً للقارئ العربي يستحق جائزة رفيعة من الشكر والتقدير، لما بذل من معاناة لاختيار الكلمة العربية التي تحتوي المعنى المراد، وتبسيط الفكرة المعقدة وتقديمها للقارئ غذاءً معلوماتياً فيه من النفع والنضج بمقدار ما فيه من المتعة والاكتناز الثقافي والمعرفي، وقد حرص البروفسور مينكوف أن يقدم الصحافة الإذاعية للقارئ باعتبارها أم الأنواع الصحفية المطبوعة

والمسموعة والمرئية، وأكثرها تداولاً، وشعبية وقرباً للناس في الشارع والمعمل، والمزرعة، والمدرسة، وكل مكان.

فإذا كانت الصحافة المطبوعة، بالرغم من انتشار المعارف، ومعاهد محو الأمية -هي امتياز مخصص للنخبة المتعلمة، واذا كانت الصحافة المرئية على امتداد المعمورة من نصيب القادرين على اقتناء التلفاز، مع صعوبة انتقاله من البيت إلى مواقع الإنتاج وحقول العمل الميداني، فإن الصحافة الإذاعية تبقى هي الأولى من حيث اليسر والسهولة، واتساع الإنتشار، وغزارة الحصول على الفائدة منها، علماً وخبراً وثقافةً وحضارة مِنْ قِبَل الأميين والمتعلمين على حدٍ سواء، وإذا كانت الكلمة المكتوبة أقرب إلى الجمود، فان الكلمة المسموعة، التي تنطلق من فم الصحفي المذيع إلى أُذن المستمع، وقلبه، ووجدانه، هي سيدة الإعلام أمس، واليوم، وإلى الأبد..

وقد حرص البروفسور مينكوف على التركيز على دور الصحفي المذيع في عملية الإقناع، وحشد الرأي العام، وتوجيه الجماهير، وتربية حسها الثقافي والجمالي، من خلال التواصل الذي يخلقه المذيع بين لسانه الناطق، ووجدان المستمع المتلقي، وأهمية التفاعل الخلاق الذي ينتج عن عملية التواصل بين المذيع والناس في التحقيق، والريبورتاج، والخاطرة، والتعليق، ومختلف

صنوف الصحافة الإذاعية، وتوقف المؤلف طويلاً عند المقابلة الإذاعية ومراحل التحضير لها، وما يتميز به فن إجراء المقابلة، وتوجيه الأسئلة، واستحلاب الأجوبة من المسؤول والاستعدادات التي يجب أن ينجزها المذيع قبل إجراء المقابلة، والتي يتوقف على حصافة المذيع وذكائه، وثقافته، وحسن منطقه، ودقة اختياره للأسئلة نجاح المقابلة ودفع المسؤول للاجابة بتوسع أو اقتضاب عن الأسئلة المطروحة..

وعامة القول، فان كتاب المبادئ الأساسية في الصحافة الإذاعية فرصة سانحة للعاملين في الحقل الإذاعي ليزوّدوا بما يشكل سلاحاً فعالاً في معركتهم مع الكلمة المسموعة، ويجعل انتصارهم في هذا الفن الابداعي الرائع من فنون الصحافة مؤكّداً.

أن الحديث عن هذا المؤلف، والجهد المشكور المبذول من قبل مترجمه الزميل الصحفي فؤاد الشيخ، يبقى دعوة ملحاحة، وبوابة فسيحة، للولوج إليه واغتنام خصيب جناه، وكريم عطاياه، فالتحية للمؤلف البروفسور مينكوف، على هذا المؤلَّف الرائع، والشكر للزميل الشيخ الذي قدم للمكتبة الصحفية العربية سفراً يستحق الثناء الأقرب إلى الإكبار. مع أخلص أمانيّ بالتوفيق..

دمشق 1999/12/18

مقدمة الطبعة العربية

في ظل التطور الشامل لعالم الاتصالات الحديثة وتعاظم دور التلفزيون الذي ملأ الدنيا وشغل الناس، فأن الوضع الاقتصادي والإجتماعي المتدني الذي يميز العديد من المناطق الشاسعة في العالم، مازال يجعل الإذاعة تحتفظ بمكانها ودورها كوسيلة اعلام وتواصل اساسية في الاوساط الاجتماعية وحتى في الدول المتقدمة.

والثورة الرقمية تفتح أمام البث الإذاعي مجالات عديدة للتكامل مع وسائل الاتصال وتراسل المعلومات الأخرى.

وقد بدأ المهتمون بشؤون الاذاعة يتحدثون حول ضرورة تطوير البث الإذاعي لمنافسة الوسائل الاخرى من حيث البرمجة والتنويع وجمالية الصوت وغيرها..

لقد صمدت الاذاعة امام البث الفضائي التلفزيوني صموداً لم يتوقعه الكثيرون وظلت العلاقة بين المستمع ومذياعه حميمة في الأوساط الريفية والحضرية على حدٍ سواء وإن كانت بنسب متفاوتة.

أن تطور ظاهرة الإذاعات المحلية الى جانب الإذاعات الوطنية والقومية، قد جعل منها أداة ناجعة في تنشيط الحوار الثقافي، ومكن من التعريف بالطاقات الإبداعية التي تختزنها الأقاليم والمناطق النائية في كل دولة حسب ظروفها، كما مكن من إثراء الحوار الاجتماعي (حوار المجتمع).

والأمثلة كثيرة عن الاستخدامات الحالية للاذاعة في مجالات التعليم ومكافحة الامية والارشاد الزراعي والصحي والصناعي وحتى في نقل الاحداث الهامة..

وبقيت الإذاعة محافظة على دورها في أماكن العمل وفي أوساط أخرى. إذ أن الحجم الصغير للمذياع، يساعد على تسهيل مرافقة المستمع أينما وجد في البيت وفي السيارة في الحقل وفي المصنع أثناء العمل وأوقات الراحة.

ونحن ندخل بوابة الألفية الثالثة، مازالت الإذاعة تحتل دورها في سرعة نقل الأحداث بسهولة تامة نتيجة لبساطة صناعة برامجها بالمقارنة مع التلفزيون.

والحقيقة، فأن المكتبة العربية تفتقر إلى الكتب المتخصصة في الإذاعة، وأسس وخصائص البرامج الإذاعية وكيفية صناعتها، وهذا دافعي الاول إلى أن أضع هذا الكتاب مترجماً بين أيدي المهتمين والمختصين لما يتضمنه من معلومات مفيدة للعاملين في هذا الحقل والمعنيين بالبرامج الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والإخبارية، التي يسهم المذياع في نقلها وتكريسها وشرح أهدافها لقطاعات واسعة من المتلقين خدمة للمجتمع وتطويره وازدهاره المتواصل.

أرجو أن أكون قد وفقت في هذا الاختيار والله ولي التوفيق.

المترجم

مـــدخـــل

الإذاعة في العالم المعاصر: يؤدي البث الإذاعي وظيفة نقل الأصوات والمؤثرات الصوتية المسجلة على الهواء مباشرة وبدون استخدام الكابلات، مختصراً بذلك المسافات الطويلة والزمن.

أطلق على الإذاعة باعتبارها وسيلة هامة للإتصال الجماهيري أسماء ومعانٍ عديدة مثل /لقاء الجماهير/ الجامعة الشعبية/ كما قالوا عنها: جريدة بلا ورق، ومساحة انتشارها غير محدودة. ويُعتبر العالِمْ السوفييتي الموهوب (الكسندر بوبوف) أول منْ اخترع جهاز البث وذلك عام 1895 كوسيلة تقنية جديدة للنشر والإعلان، وتسهيل الاتصال بين الشعوب، ونتيجة لهذا الاختراع أصبح هذا الجهاز الجديد يلعب دوراً هاماً في حياة المجتمعات وصيرورته وسيلة إعلامية تقوم بنقل المعلومات حول الأحداث من مكان وقوعها مباشرة.

أول ما بدأ البث به نقل الحفلات والمسابقات، فكان عبارة عن جهازٍ لبث البرقيات ثم تطور حتى أصبح وسيلة اتصال الجماهير الواسعة المتوزعة في أرجاء الكرة الارضية.

لقد كان اختراع المذياع، ولادة لقوة عظيمة، لاتساهم في ربط الشعوب ببعضها بعضاً وتزويدها بالمعلومات فحسب، وإنما كان وسيلة، فعالة تساهم في تكوين الوعي الفردي والاجتماعي، وتعبئة الجماهير وتربيتها.

رغم أن المذياع قد أصبح في القرن العشرين أحد عشرات، بل مئات الاختراعات الحديثة التي تجعل الحياة ممتعة ومتقبلة إلا أنه بقي من مستلزمات كل بيت تماماً كالبراد والغسالة الكهربائية، ولم يبق مكانه في غرفة الاستقبال، وإنما دخل إلى غرفة النوم والمطبخ والسيارة، و يمكن اليوم الحصول على مذياع صغير يوضع في محفظة صغيرة أو في الجيب.

والإذاعة لم تعد لغاية نفعية واستعمالات مادية فحسب، وإنما أصبحت الى جانب ذلك تُغني الروح الإنسانية بالجمال، فالاتصال المباشر بين الإنسان وأخيه وبين العالم المحيط يمنحه القدرة على تجاوز الصعوبات وتوسيع وجهة نظره وزيادة معارفه بالأشياء المحيطة به، إذ توجد في فطرة الانسان الرغبة في الإطلاع والمعرفة التي يستطيع الوصول اليها عن طريق الإذاعة والتي تحقق له طموحه في استقبال معلومات جديدة وتحقيق التسلية، وبواسطة الإذاعة أصبح البعيد قريباً، وتلاشت المسافات بين الشعوب.

بدأت الإذاعة كإحدى وسائل الاتصال الجماهيري مسيرتها مع بداية العشرينات من القرن العشرين، وأصبحت اليوم أحد مستلزمات العالم الحديث لما تقوم به من دور فعال كرابط قوي بين الأفراد في المجتمع وما تؤثره على السلوك اليومي للأشخاص.

يكمن التطور السريع والحيوي لقدرة الإذاعة في خصائصها، والتي جعلت منها وسيلة للتأثير على الجماهير ومرور ذلك الى طريقة إرسال المعلومات واستقبالها، وكون البث الإذاعي يختصر الزمن والمسافات الكبيرة، مما يتيح للناشر فرصة إقامة علاقة مباشرة ومستمرة مع عدد كبير من جمهور المستمعين، يضاف إلى ذلك قلة التكاليف المادية لإعداد المواد الإذاعية، ورخص ثمن أجهزة الاستقبال، وقلة الزمن اللازم لتجهيز وإرسال البرامج الإذاعية، وهناك خواص أخرى، جعلت الإذاعة متميزة الى حد كبير عن أجهزة الإعلام الأخرى كإمكانية الإستماع المستمر للبث الاذاعي أينما كان المستمع في بيته أم في السفر أم خلال أوقات العمل أم في الاستراحة، مما جعل الإذاعة وسيلة فعالة تؤدي وظيفتها في نقل المعلومات ونشرها ومرافقتها للانسان العصري بشكل يومي.

ولعل فعالية الإذاعة تأتي من كونها أداة نشر واتصال جماهيري بما تشكله من علاقات مباشرة مع ملايين المستمعين،

وهذا ما يعطيها الدور الكبير في كوين الرأي العام الاجتماعي إذيمكن خلال أسابيع بل أيام معدودة تشكيل قناعات محدودة وحالات نفسية وعاطفية معينة على عكس ماكان في بداية القرن العشرين، فقد أصبحت الأحداث تجوب الكرة الارضية كالبرق وخلال ساعات معدودة.

أما فيما يتعلق بفعالية البرامج الاذاعية وتأثيرها، فاننا نلجأ الى اضافة* الارقام الصادرة عن منظمة اليونسكو فهي أقدر على الاقناع، اذ تشير الى وجود اكثر من (18000) محطة اذاعية وأكثر من (922) مليون مذياع في العالم أي أن لكل ثلاثة الى اربعة اشخاص مذياعاً واحداً، وبهذا الشكل تنتشر اجهزة الاستقبال الإذاعي في أنحاء العالم، وهذه الإحصاءات تشير بوضوح إلى دور المذياع ومكانته بالنسبة للوسائل الإعلامية الأخرى.

* الإذاعة أكثر شمولية :

يصل البث الإذاعي إلى المتعلمين والأميين على حدٍ سواء وهذه الخاصية التي تميزت بها الإذاعة جعلتها تنقل المعلومات المتعلقة بالأحداث العالمية والألوان الثقافية في الوقت الذي

---

* احصائية قديمة

لاتستطيع وسائل النشر الأخرى كالجرائد وغيرها نقلها إلا بوقت متأخر عنها، وهذا ايضاً ما رفع من قيمة دور المذياع في البلدان المتحررة حديثاً والدول المتخلفة التي لاتواكب التطور الثقافي.

تستطيع الإذاعة أن تجعل المستمعين وبصورة سريعة شواهد على الأحداث والوقائع بأشكال مختلفة وهذا أيضاً ما يؤكد مكانة الاذاعة في حياة الإنسان العصري.

ولابد من الإشارة الى الخواص النفسية للمستمعين، والعلاقة المباشرة بين المشاركين في عملية النشر (أي بين الجمهور والناشر)، إذ تكمن قدرة الاذاعة في استخدامها الأسس الاعتيادية لنقل الأخبار بشكل جيد فتكون موجهة للجميع على اختلاف مستوياتهم وللأفراد على خصوصياتهم ولانجد مثل هذه العلاقة المباشرة مع الإنسان في غير الإذاعة بين وسائل الاتصال الجماهيري الاخرى إذ يصبح المستمع على علاقة واتصال دائم بالواقع وهذا يأتي نتيجة حتمية للتأثير الفعال وبالتالي فالاذاعة مطالبة دائماً بإثارة أحاسيس الإنسان وتجديدها.

يدخل العالم الخارجي من خلال البث الاذاعي إلى حياة الفرد فيجعله مهتماً بالمشاكل الاجتماعية للآخرين ذلك لأن

الأحاسيس المشتركة لأفراد المجتمع تجعلهم ينجذبون في عاطفة واحدة وإيقاع واحد عام، وهو بذلك يوقظ الإحساس الاجتماعي داخل كل مستمع على حِدَه ويربطه بالشعور الجماعي العام وبالتالي يجعله على اتصال مباشر بالأحداث والمشكلات القائمة في العالم الذي يعيش فيه.

ان الاذاعة وسيلة عصرية من وسائل الاتصال الجماهيري، تقدم للجمهور المعلومات والاخبار الواسعة والمتنوعة بشكل سريع، وهذه القدرة والمرونة جعلتها خلال الربع الاخير من القرن العشرين جسراً يربط الانسان بالانسان، كما تشارك في رسم خطوط حياة الإنسان في المجتمع وتوجهه وتقوده وهذا ما جعل الاذاعة قادرة على تطوير الحياة الاجتماعية وأصبح الإنسان يحس أن العالم أصغر حجماً من ذي قبل نظراً لما قامت به الإذاعة من تجاوز للفروق السكانية والأخلاقية والثقافية للمجتمعات وهذا ما يؤكد الوظيفة السياسية والاجتماعية لها باعتبار أن جوهرها يعكس قبل كل شي البرنامج السياسي والشكل الايديولوجي للطبقات الحاكمة التي تخضع لها.

ان نظرة واحدة إلى البرامج الإذاعية تجعلنا نتأكد أن الاذاعة تجعل من الجمهور منظمة سياسية وحكومية مما يخلق

لعملها ومهمتها الظروف المناسبة ويضع امامها مسائل متنوعة ومتعددة فالجمهور يراقب الإنتاج الاذاعي ويصححه وليس هذا عصبياً على وسائل الإعلام الاخرى التي تبرز الطابع الطبقي للمعلومات وتعكس الظواهر الاجتماعية من خلال مواقف ايديولوجية معينة.

يتعرض جمهور الإذاعة إلى تأثير عدد كبير من الإذاعات وبالتالي إلى عدد من السياسات والايدلوجيات المختلفة التي تبث سمومها رغم المسافات الكبيرة التي تفصل بين الإذاعة والسامع وهذا ايضاً ما يؤكد دور الاذاعة في تحقيق النجاحات او الهزائم ذلك ان القذيفة الإذاعية تنتقل عبر الأثير إلى وعي الاشخاص لتؤثر على حياتهم سلباً او إيجاباً.

*** الإذاعة وسيلة للتقدم :**

يجب على الإذاعة في عالمنا المعاصر ان تخدم التقدم وتساهم في تطوير الثقافة والنضج السياسي وتنمية الحياة الروحية للانسان، وهذا يرتبط ارتباطاً وثيقاً بكل مرحلة تاريخية من مراحل تطور المجتمع في كل جوانبه السياسية والاجتماعية. والثقافية والاقتصادية.. و.. الخ.. وهو مرتبط أيضاً بتطور البشرية.

ففي اوروبا مثلاً تم التوقيع على وثيقة خلال الاجتماع الذي عقد في هيلسينكي عام /1977/ وقد نصت على أن الاعلام المعاصر يجب أن يخدم اهداف السلام والتفاهم المتبادل بين الشعوب، وأن يغني الروح الفردية بما يخدم مبادئ المساواة وعدم التدخل بالشؤون الداخلية للشعوب الأُخرى، واحترام حقوق الإنسان والحريات الأساسية، وهذا لايتم إلاّ بأن تأخذ وسائل الاعلام العالمية دورها القيادي في تحديد البنى السياسية للمجتمع بما يخدم هذه الاهداف المنصوص عليها في الوثيقة والبث الإذاعي منها.

الفصل الأول

خصائص الصحافة الإذاعية

تكشف الإذاعة عن نفسها كوسيلة لبث الأخبار ونشر الثقافة، وكوسيلة هامة للدعاية، وقد استندت في مسيرتها إلى الاكتشافات التكنولوجية، إذ لو لم يكتشف المذياع بوصفه جريدة ناطقة وغير محدودة المساحة لما ظهرت الصحافة الإذاعية ولولا الصحافة لما وصلت الإذاعة إلى ما هي عليه اليوم، وما ساهمت في بناء الرأي العام الاجتماعي وتربية الأجيال والتأثير على الجماهير الواسعة.

أما ما يتعلق بالتأثير الجماهيري لوسائل الاعلام فإن الإذاعة كإحدى هذه الوسائل تملك ميزات خاصة ومتنوعة وقد أشار بعض المفكرين بأن المايكرفون ليس جهازاً بسيطاً يقوم بالتقاط الأصوات الانسانية فلوكان بسيطاً فلا حاجة عندها لمعد

الريبورتاج المبتدئ ان ترتجف شتفاه في بحثه عن الكلمات وهو يمسك المايكرفون لأول مرة وربما لأكثر منها.

ان المايكرفون وآلة التسجيل بالنسبة للصحفي الإذاعي أكثر من وسائل تكنولوجية عادية لأنها سلاح تلتقط بواسطته الحياة وعن طريقه تتم معرفة العالم وعلى ذلك لايمكن مقارنة هذه الأجهزة بتلك التي يتم بواسطتها مراقبة الدورة الدموية وتبديلها بل يُنظر اليها من زاوية اخرى تتعلق بسلوك معد الريبورتاج وتصرفاته وبهذا المعنى فإن المذياع الموجود في الطرف الآخر لحلقة النشر ليس وسيلة لتصنيع الصوت فقط ولكنه يتحكم بالإنسان ونفسيته حيث يضُحكه أو يبُكيه وبذلك فان المذياع يوجه المستمع ويساعده في حل مشكله.

ان المذياع هو العالم الناطق وفي هذا المصطلح تكمن ميزات جوهر الابداع في الصحافة الإذاعية وخواصه. والبرامج الإذاعية ترتبط بشكل دقيق بنوعيات الأصوات والمؤثرات الصوتية لذلك يجب أن تحتوي كل ما يمكن سماعه ويمكن إحساسه بشكل اعتيادي ويمكن ادراكه بالحواس الأُخرى للإنسان إذ لكل حادثة آثارها وتوابعها التي تدخل ضمن عناصرها الحقيقية بشكل عام وحسب فرضياتها.

* المیزات الصوتية

يجب أن يعي كل من يعمل في إعداد البرامج الإذاعية أن الادراك السمعي لهذه البرامج هو القدرة الطبيعية لحد الأستيعاب السمعي وأن الشيء المميز لعمل الصحفي الاذاعي يكمن في أن كل ما هو مكتوب كالتعليقات الاخبارية وغيرها تسمع من خلال المذياع.

فعندما نتصفح جريدة يقع نظرنا على الأهم ثم على المواد الاخرى أما في حال الاستماع الى المذياع فإن الأمر يتعلق بلفظ كل كلمة وكل همسة تحصل أمام المايكرفون، ووقعها على آذان المستمعين إذ لايمكن التعبيرعن فكرة واحدة مقدمة للقراءة كما يكون في الإذاعة حيث تختلف طريقة التعبير عن الفكرة في الإذاعة اختلافاً كلياً عنها في الصحافة المطبوعة باعتبار الإذاعة فن الاستماع، وحاسمة السمع ليست حاسة بسيطة لأنها تمثل جسر الاتصال بوعي الإنسان مباشرة هذا الوعي الذي يحتاج إلى احساسات بسيطة لتحريك الخيال.

في ضوء ذلك تتطلب عملية إعداد المواد الإذاعية مهارة فائقة لإعطاء الصورة الحقيقية لما يجري في العالم وهنا يظهر دور الصوت والخبرة الإنسانية لأن نقاط الضعف في الإذاعة تكمن في فقدان عنصر المشاهدة مما يثير الخيال لدى المستمعين

بسهولة أكثر، ذلك أن الخيال عند الانسان عالم مبتذل متغير بصورة غير طبيعية، فخلال لحظات يمكن تصورات متعددة. لذلك لابد من اختيار الكلمات والتعابير المناسبة لتقديم لوحة صوتية قادرة على تصوير الواقع كما هو، وهذا يجعل من الضروري معرفة قوانين علم النفس التي تتحكم بالإنسان.

على الصحفيين الإذاعيين أن يكونوا ماهرين بتأليف الصور الصوتية التي تخاطب خيال المستمع وعليهم أن يطوروا هذه الصور ويدرسوها و يتابعوها وأن يوجهوها بالشكل الصحيح لتغدوا برامجهم أصداء إذاعية للواقع إذ أن الصدى الاذاعي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بخصائص الإدراك السمعي، كما تساعد الوسائل الإذاعية على خلق تصورات اللون والشكل والإثارة والحركة والألَم والسعادة مما يجعلنا ننسى بأننا نستمع وكأننا نعيش الأحداث ذاتها.

ان الهدف من الصدى الاذاعي خلق علاقة متينة بين البرامج الاذاعية والمستمعين وهنا تبرز أهمية الصدق والإخلاص في نقل المعلومات وكل ما يخالف ذلك مزوّر ومُبَالَغ فيه ومُمَثَّلٌ بِشكلٍ غير صحيح وغير مباشر.

* الاستماع وعلم النفس:

ان سلوك الجمهور المستمع، مستهلك البرامج الاذاعية وصفاته وميزاته ومزاجه وطبعه هي مجموعة العوامل التي تؤثر بشكل مباشر وفعلي على الإبداع الإذاعي فمن المعلوم ان البرامج الإذاعية موجهة لملايين المستمعين الذين لايتجاوزون أن يكونوا أفراداً عاديين يستمعون الى المذياع بشكل إفرادي، لأنهم متوزعون وغير مجتمعين في صالة كبيرة أو ساحة عامة فمنهم من هو موجود في مكان العمل أو في المنزل أو على سفر.. وهم مختلفون عن بعضهم من حيث الأعمار والإهتمامات والمستوى الثقافي.. فلا علاقة للجمهور رغم هذا الانتشار بمن يتكلم من خلال المذياع.

يتم الإرسال الإذاعي خلال لحظات خاطفة ويستمر أثناء البث فقط وبذلك لايستطيع المستمع أن يقاطع المذيع ويطلب منه التوقف عندما لايفهم فكرة ما، وليس لديه الوقت للبحث عن المعاني الغريبة في القاموس، كما في مطالعة الصحف، إذ عندما ينقطع انتباه المستمع تنقطع سلسلة افكاره وبالتالي يفقد إمكانية متابعة الموضوع الذي يعرضه المذيع من خلال المذياع.

يفهم المستمع برنامجاً اذاعياً ما إذا تابعه من بدايته وحتى نهايته وهذا عائد لاهتمامه بموضوع البرنامج ويمكن القول بأن الإستماع للإذاعة جبري وعفوي لذلك فان معدي البرامج الاذاعية ومؤلفيها يهتمون كثيراً بتحضيرها بحيث تثير اهتمام المستمع وتجذبه اليها حتى نهايتها وهنا يكمن جوهر الصوت وميزاته حيث يمنح مُعِدّي البرامج القدرة على التاثير في الجماهير بالقياس للصحف والمطبوعات وهذا يتطلب خبرة بالمتطلبات الصوتية واللغوية ابتداءاً بالكلمة الحية وما تتميز به من فنون الأداء وهنا يصبح للكلمة وللمؤثرات الصوتية الاخرى قدرتها على التأثير في الأحاسيس من خلال نغمات الأصوات والحانها المعكوسة من الواقع ان هذه الامور مجتمعة تقدم صورة حية ووضعاً صادقاً للوقائع والأحداث لأن الكلمة والموسيقى والمؤثرات الأخرى هي المادة الخام للبرامج الإذاعية إذ يعتمد عليها بشكل فعلي كوسائل اساسية للتعبير في الصحافة الإذاعية.

ان تركيب هذه العناصر بصورة مختلفة يكشف حقلاً واسعاً للعمل في الإذاعة مع الإشارة إلى أن الصوت الإنساني أهم وسيلة للتعبير في الإذاعة لأن النص المكتوب يتجسد نطقاً بصوت الإنسان

ويصبح مادة حية ويكتسب معاني جديدة مما يسمح للكلمة ان تؤدي أكثر مما تؤديه في وسائل الإعلام الأخرى كالدوريات.

ان الكلمة المنطوقة تحمل المعلومات الاساسية وتكشف عن جوهر العمل الاذاعي بتحويل المعلومات المقدمة بواسطة الاذاعة إلى تيار منطوق لايمكن ايقافه أو إعادته لافي الزمان ولا في المكان مما يخلق عند المستمع توتراً معيناً يرتبط بضرورة حصر الذاكرة وتركزها من أجل استيعاب الكلمات التالية وهذا يتطلب عناية خاصة واهتماماً كبيراً أثناء تركيب العبارات ونطقها بوضوح.

أما ما يتعلق بالمضمون الوصفي فإنه يمثل جانباً من الدور الإعلامي للكلمة المسموعة ويقدم معلومات أكثر لأنها مجّسدة بصوت الإنسان ذي الميزات الذاتية كنغمة الصوت والأداء أمام المايكرفون أن المعلومات المنقولة بالصوت الإنساني تحرك مراكز الانتباه لدى المستمع وتثير خياله وتصوراته كما تجعله شاهد عيان ومشاركاً باستماعه لها لذلك فطريقة الأداء التي تميز الكلمة المنطوقة تخلق العلاقة بين المستمع والموضوع والأحداث لأن الصوت، يحدد مهمة كل برنامج إذاعي.وميزاته من حيث الشكل والمضمون ويأخذ حجمه الفكري بالاداء الجيد والسليم ويؤدي دوره بفعالية وتأثير أكبر لأن التعايش بين الناس بواسطة المحادثة التي يتحكم بنجاحها كيفية النطق والتحدُث والكلمة

المنطوقة تؤدي دوراً هاماً في خلق التعايش وبالتالي فان الإذاعة تؤدي دورها في تطوير العلاقة بين الناس.

يرتبط تأثير الصوت ارتباطاً مباشراً بمضمونه ومن هُنا يأتي دوره في خلق العلاقات بين المستمعين من جهة والصحفي الإذاعي من جهة أُخرى ويمكننا تسمية هذه العلاقة بالاتصال الإذاعي الذي يعتبر عملية ذات طرفين تستوجب الإرسال والإستقبال والفهم وبما أن هذه العملية تتم خلال لحظات سريعة ولها طابع جماهيري ينبغي أن يكون الصوت مفهوماً ومقبولاً بشكل عام وعلى المعد أن يعرف لمن يوجه كلماته، إذ لايمكن ترسيخ التقارب المباشر إلا من خلال معرفة إحساس شريحة المستمعين وتوّفرْ المهارة التي تثير انتباه الجمهور وتخلق لديه الرد المطلوب. لذلك فان الكتابة للإذاعة ليست كتابة نص عادي وأن الحديث أمام المايكرفون ليس حديثاً عاماً بل هو حديث موجه نحو شريحة من المستمعين ومن خلالهم الى كل المستمعين على حدٍ سواء.

أن الصحافة الإذاعية بجوهرها تعني الحوار، والمطلوب من الكاتب الإذاعي ومن المذيع المنفذ أن يكون كل منهم محاوراً جيداً وناجحاً لأن للكلمة المنطوقة أمام المايكرفون وظيفة درامية

يؤديها المذيع ذاته من خلال احاسيسه عند نطق الكلمة والتأثير الدرامي هو الضمانة لتأثير كل برنامج إذاعي ابتداءً بالأخبار وانتهاءً باصعب جنس فني وثائقي.

ان ديناميكية الحدث الاذاعي خاصة أساسية للتعايش الحي وبالتالي فإنه يحمل ويعكس ويثير ويؤثر إضافة الى أنه وسيلة تعبيرية للصحافة الإذاعية ويقوم بوظيفة نفسية عاطفية ويصبح الصوت جسراً عاطفياً يربط بين الشخص الذي يتحدث عبر الأثير والمستمع كَوْن الصوت يؤدي وظيفة الاتصال ذاته ونتيجة لتأثير الصوت يخلق الوضع النفسي المطلوب فالصوت نفسه الذي ينتقل عبر الأثير يمتلك الصفات التي تخلق علاقة عاطفية معينة سلبياً أو إيجابياً ومنه يمكن الاستنتاج فيما إذا كان المتحدث صادقاً أم كاذباً فرحاً أم حزيناً مهتماً أم غير مبالٍ بما يرويه ذلك لأن الكلمة المنطوقة بالصوت الإنساني مخصصة وغير مكررة وتملك طاقة كبيرة وتستند على عاطفة قوية من العلاقات الشخصية التي تظهر طبيعة الإنسان وتنعكس في العلاقة العاطفية للمستمعين.

* الموسيقى:

تشكل الموسيقى العنصر الثاني من العناصر الأساس في البرامج الإذاعية إذ ترافق صوت الإنسان وما يشير إلى مكانها

ودورها الطابع الصوتي لها، فهدف كل من يعمل بإعداد وتنفيذ البرامج الإذاعية وفي الإذاعة بشكل خاص هو جذب أكبر عدد ممكن من المستمعين بحيث يشكلون جمهوراً واسعاً من الناس وقد أثبتت الدراسات أن الموسيقى من البواعث الرئيسة للاستماع إلى المذياع لذلك تستخدم الموسيقى في الدعاية الإذاعية لتوسيع شريحة الجمهور المستمع، وهنا يبرز دور الموسيقى كوسيلة تعبيرية للإبداع الاذاعي والصحافة الإذاعية لأنّها عنصر متمم للبرامج الاذاعية بما تملكه من قدرة على التأثير في الخيال البشري، ومن أجل ذلك تستخدم الموسيقى لتسهيل فهم البرامج الإذاعية وزيادة تأثيرها العاطفي، لذلك لابد أن يبدأ كل برنامج إذاعي بمقدمة موسيقية (شارة) غايتها تهيئة المستمع لتقبل البرنامج وتأتي الموسيقى في نهاية البرنامج لتكمل المتعة المرجوة من خلال النص، تُستخدَمْ الموسيقى بين أجزاء النص من أجل إتمام المتعة المقدمة وكي لايمل المستمع.

أما فيما يتعلق بتحضير البرامج الموسيقية فيتم ذلك من قِبَلْ موسيقيين متخصصين، كالملحنين والمؤلفين الموسيقيين، وعلى النص الإذاعي أن يحسن استخدام هذا العنصر ليضمن حسن تأثير البرامج وعليه أنْ يجيد اختيار المكان المناسب ولذلك يُفترَضْ في الكاتب الاذاعي أنْ يُنمي عنده القدرة على تقديم

المتعه من خلال الموسيقى وأن يسعى دائماً لرفع سويته الموسيقية.

ان المؤثرات الصوتيه المسجلة من الواقع كوسيلة تعبيرية في الإذاعة تتميز بصدق ووثائقية تعطي المستمعين إمكانية التعايش العميق مع مكان الأحداث وسَيْرَها وهذا بدوره يشكل عنصراً هاماً من عناصر اللّوحة الصوتيه المقدمة مما يؤكد ضرورة تقديم خلفية صوتيه معينة تستطيع تطوير الحادثة. ذلك أن أستخدام مؤثرات صوتيه محددة يساعد على تحديد مكان الحدث كاللحظات الحاسمة من مباراة أو مسابقة إذ تبرز الحركة من خلال أصوات الخطوات أو إطلاق العنان للخيل وبهذا تتمثل الخلفية الصوتية لسباق الفروسية.

ان المؤثرات الصوتية والدلائل كالضجيج الذي يكون في مكان الحدث تؤكد حقيقة الواقعة وصدقها مما يثير لدى السامع صوراً خيالية وتداعيات في الأفكار والخواطر.

ملاحظات هامة

1- تؤثر الإذاعة على حاسة واحدة في الانسان وهي (السمع) فليس من السهل جذب انتباه المستمع من خلال حاسة السمع، إذ من المعروف أن التلفزيون يستطيع جذب انتباه المشاهد لساعات معدودة نحو شاشته السحرية وفي هذا الاطار يحق

للصحفي الإذاعي أن يَفْخَر إذا استطاع ان يجذب انتباه المستمع لمدة ثلاثين دقيقة.

2- تؤثر الاذاعة على الخيال من خلال حاسة السمع واذا لم تستطع على إيقاظ هذا الخيال وتحريكه فأن جهود الصحفي الإذاعي تذهب سدى فإذا أردنا مخاطبة وعي المستمع يجب علينا أن نتقن الشكل الأمثل للكتابة والتحدث، وأن نحسن استخدام الوسائل التعبيرية للإذاعة وعندها ننجح في التأثير على الخيال والذاكرة التي تحتفظ بقناعات وصور غير محدودة من السمع والمشاهدة، فكلمة واحدة او صورة سمعية واحدة تكفي لاستدعاء تصورات كثيرة من وعي المستمع وهذا ما يجعل من البرنامج الإذاعي لوحة صوتية مقبولة من الجمهور.

3- تأتي أهمية استخدام الوسائل التعبيرية في الإذاعة من خلال ربط البرامج في المستقبل وهذا يتطلب استخدام مجموعة التعابير المعروفة بالوسائل الشخصية التي تعطي إمكانية جذب انتباه المستمع وكسب ثقته، وعلى من يرغب بتقديم برنامجه ليصل إلى قلب المستمع وعقله أن يثير لدى المستمع ردود الفعل المرجوه.

الصحافة الاذاعية كانعكاس للواقع

ان الصحافة الإذاعية عنصر حيوي من عملية معقدة ومتعددة الجوانب للإذاعة باعتبارها وسيلة ايديولوجية وثقافية تربوية ومسلية في العصر الحديث، وقد تأكد دورها كأحد العوامل الهامة في وقتنا الحاضر إذ تقوم بدور أساسي في عملية تكوين الوعي الاجتماعي وتشكيل وجهات النظر لدى الأفراد في المجتمع وتوجيه الرأي الإجتماعي العام.

يمكننا القول من خلال تحليل جوهر ظهور الصحافة الإذاعية أن الصحافة الإذاعية أسلوب خاص لظهور الإبداع الفني والأدبي والعلمي من خلال المؤثرات الصوتية التي تؤثر في الواقع الذي يستند الى:

أ- قدرة الكلمة الحية أو الحديث الحي للإنسان بحجمه الكامل، واستخدامه الجيد والمحدد من حيث الشكل والنوع.

ب - الانعكاس الصوتي النقي للأحداث والظواهر من مكان وقوعها، ودور الخصائص الصوتية لعكس الواقع.

ج- أن الاستخدام الجيد للوسائل التقنية الحديثة للإذاعة ومرافقتها للأساليب الصحفية يساهم في خلق التأثير على المستمعين.

د- التأثير المباشر على أحاسيس الإنسان يأتي من الإمكانات التعبيرية الفنية للحديث أو الخطابة والفعالية الصوتية وطرق المونتاج الفني.

على الصحافة الاذاعية أن تُعَرِفَ المستمعين بكل الحقائق والقضايا اليومية وأن تُفَسِر بوضوح كل الجوانب الحياتية وأن تخلق المطابقة مع الواقع الأصلي في قطاع الإدراك السمعي للمستمع وذلك من خلال المتابعة المباشرة والمستمرة ونقل العالم الخارجي كما هو بواسطة الصوت وحيويته الخاصة.

بهذا الشكل تبدو الصحافة الإذاعية شكلاً دراميا ً ينقل الواقع كما هو بعيداً عن شكل التمثيل المسرحي وهي بذلك نوع درامي خاص يقود المستمع لتفهم الظواهر والأحداث بشكل أفضل لأنها تجذُبُ المستمع مما يؤدي الى انعكاس الأحداث وتوجيه الإنتباه نحوها حسب وجهة نظر المؤلف أو المعد من خلال تفسيره للأحداث وإبداء رأيه فيها بعد تحريرها عبر موشور موقفه السياسي.

يكمن دور الصحافة الإذاعية في جذب المستمعين إلى جانب أجهزة الاستقبال-المذياع- وإيصال الحقائق بصدق وأمانة الى المستمع وإقناعه بها، كما تصله بالواقع مباشرة وتؤثر في مشاعره وأحاسيسه وتفكيره وبهذا الشكل تصبح الصحافة الإذاعية تجسيداً للفن التام والكامل لنقل الواقع كما هو.

ان نجاح الاذاعة بنقل حدث ما من الواقع ميزة جديدة ومؤشر جديد غير مألوفين في الصحافة التقليدية وبتحليل دقيق لخصائص فنون الصحافة الإذاعية ابتداء من الخبر المايكرفوني الى النتاجات المبدئية للوثائق الإذاعية يبرز العنصر الدرامي فيها، فإذا اراد الصحفي الاذاعي النجاح في تقديم المعلومات المحددة، عليه أن يتناسب مع بعض القوانين والمبادئ الحرفية للإبداع الدرامي، ومع متطلبات العقد وحلها وعليه أن يبدأ الخبر بمقدمة جذابة ومُشَوّقة، ثم ينتقل إلى صلب الموضوع الذي يستحق الانتباه والاهتمام، إذ تبدو النقاط المشتركة بين الصحافة الإذاعية والدراما واضحة في كل جوانبها وخاصة في الجوانب الشخصية في التحدث أمام المايكرفون (التعليق الاذاعي والمقابلة) أو أثناء الحديث الوصفي لحدث ما يجري أمام الصحفي الذي ينقل الحديث (الريبورتاج) فنحن نجد هذه النقاط في جوهر الريبورتاج الذي يؤدي دوراً كبيراً في نقل المعلومات عن الأحداث والتأثير الأدبي من خلال مشاركة الفن الدرامي له.

لذلك لابد أن يتضمن الريبورتاج إضافةً إلى ديناميكيته الخاصة ومهارة الصحفي الذي يعده، التسجيلات الوثائقية المتعلقة بمكان حدوث سير الأحداث كالمؤثرات الصوتية المحيطة بها وهذا يخدم الفكرة الأساس التي أعدت هذه المادة من اجلها،

والوصول إلى الهدف المنشود من خلال منطقية تسلسل النص أو الحديث من البداية وحتى النهاية.

أن تشابه الاصوات المختلفة والبناء الحيوي يُحَوِلْ الريبورتاج إلى نتاج درامي حقيقي يحافظ على جوهر المادة كما هي في الأصل ويتم اغناء الريبورتاج بالحدس والتنبؤ من خلال المشاركة وقوة الفعالية أو الأثر العاطفي.

والحديث الشائق يعطي حَيَوِيَة للصحافة الإذاعية عندما يكون من شخصين أوّ ثلاثة أمام المايكرفون لان الحديث الاذاعي بحد ذاته عبارة عن عملية اتصال بين المذيع من جهة والمستمع من جهة ثانية اما المقابلة الاذاعية فانها احتكاك مباشر للصحافة الإذاعية مع الفن الدرامي، فالحديث الجيد الذي يصل إلى المستمع عبر مايكرفون الإذاعة أشبه بمسرحية من الواقع تجريْ أحداثها أمامنا على مسرح الحياة اليومية بعيداً عن المادة الإذاعية (مقابلة، نص، ريبورتاج، خبر، تعليق..) التي يجب أن يتم الإعداد لها مسبقاً من أجل تحقيق الغرض فيها.

والبرامج الإذاعية يجب أن تكون مفهومة ومستوعبة من قبل المستمعين وهذا ما يضمن للعاملين في الإذاعة متابعة المستمعين لها حتى النهاية، كما يجب إقناع المستمع بحقيقة ما

يُبث عبر الإذاعة لاعلى أنه حدث مصطنع داخل الاستوديوهات إضافة إلى أن من يرغب في أن يكون مشاركاً في ذلك الحدث وليس متابعاً له أو مراقباً من زاوية بعيدة، لذا لابد ان يبحث العاملون في الإذاعة عن الأمور التي يهتم بها الجمهور المستمع والذي ينتظر دوماً الصدق والصراحة اللذين تنقطع عملية الاتصال معه بدونهما ويفقد المستمع ثقته بالإذاعة.

فالجمهور يبحث باستمرار عن الجواب وليس مستغرباً أن يكون بانتظار المساعدة في حل مشكلاته الخاصة والهامة منها، وهذا يؤكد ضرورة احتواء البرامج على حلول موضوعية لأمور تهم كل إنسان بحد ذاته إلى جانب المشكلات العامة التي يسلط الضوء عليها، وهنا يبرز دور الصحافة الإذاعية كتمثيل للواقع حيث يأتي التوجيه المنطقي لعواطف المستمع ليتعرف على العالم المحيط، وهذا هو مفتاح فعالية البرامج الاذاعية.

يلعب الابداع دوراً رئيساً في فعالية الصحافة الإذاعية لأن المبادرة والخيال الواسع عاملان مساعدان وضروريان للمؤلف الإذاعي (معد البرامج الإذاعية) باعتبار الإذاعة تتميز بالنشر السريع للمعلومات فتبقى بذلك على علاقة سريعة ومباشرة ومستمرة مع المستمعين، وهذه الصفات تجعل الإذاعة متميزة عن

باقي وسائل الاتصال الجماهيرية الأُخرى، لأن الإذاعة إضافة إلى ما سبق تُحِللُ وتفسر الأَخبار بسرعة أكبر من باقي وسائل الإعلام وهنا يمكننا القول أن الإذاعة دائماً تقدم الجديد بمضمون جديد من خلال الطريقة والأسلوب الذي تقدم به المعلومات والمواد الإذاعية المتنوعة الأشكال.

إن معد البرامج الاذاعية هو صاحب المبادرة وعليه أن يبحث دوماً عن الموضوع الهام والممتع وعن الشكل رفيع المستوى الذي يقدم به برامجه، يساعده على ذلك خياله في ايجاد الوسائل المختلفة والفعّالة للتعبير عن فكرته.

أَما الجمهور فبطبيعته يحب الإطلاع والمعرفة وهذا عامل ممتاز لفعالية البث الإذاعي فعلينا أَن نأُخذ بعين الاعتبار الظروف والأحوال النفسية التي تؤدي الى أعلى درجات التأثير للبرامج الإذاعية، كما يجب معرفة الوسائل والاشكال التي تجذب اهتمام المستمعين عندها يمكن ضمان التأثير المستمر والعلاقة المتبادلة بين المضمون والطريقة التي تجعل منه صورة حية مترجمة عن الواقع آخذين بعين الأعتبار المميزات الذاتية للمستمع الذي يتلقى المعلومات وبعبارة أُخرى كيف يمكن أَن تؤثر كمية المعلومات الكثيرة التي ترسلها الإذاعة على المستمع.

تُشْغِلْ هذه الجوانب بال عدد كبير من باحثي علم النفس وعلم الاجتماع لدراسة وسائل الأتصال الجماهيرية كما يهتم بها العاملون في الجانب الإبداعي في هذه الوسائل ذلك أن الطابع الذاتي لعملية الإتصال التي يؤديها المذياع يبرز معطيات هامة لابد أن تكون متصورة مسبقاً.

معروف لدى الجميع بأنه تظهر نفسية خاصة أثناء عملية التلقي المتبادل من الناس، أي عندما ينقل شخص ما للشخص المقابل أثناء عملية إرسال المعلومات وجهة نظره الخاصة او معرفته أوّ ثقافته أوّ تجربة حية أوّ طريقته الخاصة في التفكير.

ان هذه الحالة النفسية التي تَظْهَر في أثناء بث المعلومات ميزة فطرية للعلاقات الجماهيرية ويكون الدور الرئيس والمُمَيِّزْ لتأثير المعلومات المقدمة مرتبطاً بهيبة الشخصية التي تقدمها (مراسل، معلق، معد الحديث الوصفي والشخصيات التي يدور الحديث بينها) وسمعتها وسلوكها عبر مايكرفون للإذاعة ويحصل ذلك عندما تتكون فكرة عامة عنه لدى الجمهور لأنه إذا كان مضمون المعلومات المرسلة بالإذاعة لايتطابق مع رأي الجمهور وقناعاته يفقد فعاليته، وتحصل النتيجة ذاتها إذا كان الكاتب الإذاعي غير معروف وغير متمرس لأن معرفته من قبل الجمهور تساعِدْ في التأثير عليه وإقناعه كما أن معرفة نفسية

المستمع تساعد على فاعلية البرامج وتصور الفائدة والتأثير المتطابقين.

فالجهود الكبيرة والإستعدادات الجيدة لاتنفع بشي إذا لم تحقق الفائدة للمستمع وهذه الفائدة لاتتحقق إلا إذا تطابق أسلوب تقديم المعلومات مع المضمون آخذين بعين الاعتبار أن المستمع دائماً ينتظر الفائدة الشخصية من هذه المعلومات وقد دلّتْ الدراسات التحليلية في هذا المجال إلى أن القسم المتابع للمعلومات يهتم بدرجة كبيرة بالأخبار والتصريحات التي تدخل في نطاق اهتماماته وحياته ولا تتناقض مع الواقع المحيط به وبالعكس، فان الجمهور ينفر من المعلومات التي لاتتطابق مع أفكاره وآرائه الخاصة.

ولكي نكسب متابعة المستمع لبرامجنا بشكل عفوي لابد من تحضير هذه البرامج استناداً الى معرفتنا الجيدة بالخصائص النفسية للادراك ومن أجل أنْ تجتاز البرامج حاجز الدفاع عند المتلقي يجب أن تُحَضّر المواد والاشكال الاذاعية بالشكل الذي يريده المستمع ويرغب به.

* مسألة التشويق:

يتمتع التشويق في الصحافة الإذاعية بأهمية خاصة تتصل بالميزات الخاصة للاتصالات القائمة فماذا يعني التشويق؟ وأين

تكمن امكانية إثارةِ المِتْعة والإعجاب عند المستعمين؟ وكيف يستعمل هذا المبدأ في أثناء اعداد البرامج الإذاعية؟.

يتم تحقيق المتعة نتيجة العلاقات المتبادلة بين الإنسان والوسط المحيط به، وترتكز الإهتمامات على مجموعة من الفرضيات الداخلية والخارجية فالمستمع الذي يهتم بمواضيع معينة يستمع إليها دون النظر إلى الإعداد والشكل الذي تقدم به، ولكن هذا ليس مشجعاً للصحفي الإذاعي لأنه لايهدف إلى الوصول الى حلقة أو جماعة معينة من الناس، بل يطمح دائماً إلى الاتصال مع أكبر جمهور ممكن، إذ لايجوز أن يُعَد البرنامج ليُلائم ذوق قطاع معين من الجمهور لأن القدرة الموضوعية التي تجذب الاهتمام الإجتماعي تفترض البداية السليمة لبناء البرنامج الإذاعي ويصبح ضرورياً الإشارة إلى مجموعة أحداث ووقائع وظواهر ومشكلات في الحياة السياسية للمجتمع التي تمس حياة الفرد أو الوسط الإجتماعي الذي يعيش فيه.

بدهي أن الإهتمام موجه نحو الأحداث غير الأعتيادية وغير المألوفة التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بحياة الإنسان تماماً كما تكون موجهة نحو الأزمات والصراعات الدائمة التي تتميز بصفات خاصة وحلول مميزة، وهنا لابد من

ربط البرامج في أثناء إعدادها بأمور قريبة من المستقبل والتي يعرف المستمع شيئاً عنها ويعيشها في حياته اليومية وهذا ما يعطي البرامج أهمية وجاذبية متميزتين، وعلى الصحفي أن يجعل كل موضوع ذا أهمية ووفق هذه الرؤية يَبني مادة صحفية نقية تستند إلى الموضوع ذاته، مما يعطي إمكانية الكشف عن الشيء غير المألوف في الحدث أو الظاهرة.

إن حداثة المعلومات تدعم جانب الغرابة لأن ماهو غير جديد لايكون غير اعتيادي ولأن عدم الاعتيادية في الحدث أو الخبر المنقول للجمهور شرط أساسي لقبوله من قبل هذا الجمهور المتلقي دون أن نَنْسَى أن هذه المعلومات الجديدة والغريبة التي لها علاقة باهتمامات الجمهور يجب أن تُقَدَّم بِشكل مفهوم للجميع لنضمن وصول مضمون البرامج إلى ذهنه بشكل حيوي، ومن أجل أن تحقق الصحافة الإذاعية الفعالية والتأثير المباشرين لابد من معرفة الجمهور بشكل جيد ومدى التأثير فيه.

ان تحديد الجمهور ومعرفته لايقل أهمية عن معرفة خواص النشر الإذاعي وامكانياته الإذاعية وخصائصه المحددة والمعروفة لاستقبال البرامج التي ترسل من خلالها المعلومات.

مبادئ الابداع الاذاعي وأسسه

تستند العملية الابداعية في الصحافة الإذاعية الى مبادئ الصحافة التقليدية التي تتعلق بالأمور التالية:

1- اختيار الموضوع: يتم ذلك على أساس حداثته وفعاليته وعلاقته بالمجتمع وتحديده باختصار.

2- دراسة الموضوع بشكل جيد وقيمة اختيار الحقائق والوقائع المتعلقة بالموضوع.

3- إعداد الموضوع: نعني بذلك العرض الصحيح للوقائع المختارة بحيث يتحرى الدقة ووضوح المضمون الذي تستند عليه الاستنتاجات الصحيحة.

وتجدر الإشارة إلى أهمية التوجه الهادف واستعمال المهارة من خلال الوسائل التعبيرية وإمكانات الإذاعة والمحافظة على المتطلبات الموضوعية.

خصائص الكلمة المنطوقة وميزاتها

الكلمة المنطوقة بعيداً عن طريقة القائها سواء أكانت مقروءة أو مرتجلة مباشرة أمام المايكرفون لايمكن نطقها إلا عبر شفاه الانسان ولاتصل الى المستمع بشكل مطلوب كما الحال في التليكس إنما تصل على شكل مؤثرات صوتيه لذلك على

الصحفي الإذاعي أن يبني الجمل والتعابير بدقة تامة وألاّ تكون ركيكة ومبعثرة وأن يظهر العلاقة المنطقية استناداً إلى القواعد اللغوية بين أجزائها المنفصلة.

إن عدم الدقة في التعبير يؤدي إلى عدم الفهم وبالتالي يبعد انتباه المستمع عن الفكرة التالية ذلك أنّ الإستمرارية من خصائص الحديث الإذاعي في هذا تجعل المستمع غير قادر على التفكير ومراجعة مامر به من أفكار دون فهمها بسبب انقطاع انتباهه عن متابعة الحديث.

تطير الكلمة في الهواء خلال لحظات من نطقها أمام المايكرفون وهنا تكمن مهمة الصحفي الإذاعي بجذب انتباه المستمعين وإدراكهم فور استقبال المعلومات المنقولة لهم على الهواء مباشرة بمراعاة الأسس التالية:

1- مراجعة المعلومات بعد إعدادها للتأكد من سلامتها قبل بثها عبر الأثير.

2- الوضوح: إذ ينبغي أن تكون المعلومات واضحة ومختصرة وأن تُقَدَّم بدون منعطفات طويلة.

3- الفهم: ذلك بأن تكون المعلومات المرسلة مفهومة لاتحتاج لشرح أو عودة الى القواميس.

إضافة إلى هذه الأسس والخصائص هناك عوامل تتعلق بالنطق السليم للكلمة أمام المايكرفون ومراعاة القواعد اللغوية، فالمراجعة مثلاً تجعلنا نتأكد منْ أن تكون الجمل قصيرة ومختصرة نسبياً وأن تتضمن أفعالاً من مختلف الأزمنة مما يجعل فهمها غير كامل.

أما الوضوح فيقصد به الوضوح اللغوي: إذ يفترض ألاّ يدخل في تركيب الجمل كلمات غريبة أو أجنبية وأن تحتوي على مصطلحات عامة مفهومة ومستخدمة مراراً، كما يجب أن يعرض الحديث الإذاعي بأسلوب بسيط وفي أعلى درجات الفهم ليكون مستوعباً من قبَل جميع المستمعين على اختلاف مستوياتهم الأجتماعية والثقافية و... الخ..

ومن المفروض أنَ تكون النصوص المكتوبة والمُعَدَّة للبث الإذاعي مناسبة للإدراك السمعي الذي يثير خيال المستمعين ولابد في هذا الاطار من الإشارة إلى أَن النص المكتوب قد يحوي على رموز وإشارات تدل على مصطلحات فلا يجوز لفظها كما هي بل تستعمل الفاصلة والنقطة في آخر الجمل وهذه الرموز يُستَرشَدُ بها أثناء القراءة، ولابد من حذف الكلمات والتعابير التي يصعب لفظها وفهمها فقراءة نص إذاعي أمام المايكرفون حرفياً

لايعني لفظ كل ماهو مكتوب على الورقة الموجودة أمام المذيع فهناك الفاصلة والنقطة والأقواس، فهي إشارات تكتب ولا تلفظ.

إن طبيعة الاتصال الاذاعي توجب حذف الكلمات والتعابير التي تتميز بصعوبة اللفظ، والتعقيد في الفهم، واذا تضمن النص رموزاً لامناص عنها يتوجب شرحها وتوضيحها كما يصمت عند النقطة، ويُفترَضُ في الاتصال الإذاعي الأسلوب المباشر للحديث الإذاعي ماعدا الوثائق الرسمية وعرض القوانين فإن الاسلوب المباشر لايتحقق فيها.

والأسلوب عنصر يعكس العلاقة بين الذات والواقع فلا يمكن أن يكون إضافة تجميليه للنتاج الإذاعي بل هو تركيب منظم للشكل والمضمون، ولهذا فإن أسلوب المحادثة أحَد شروط الإتصال الإذاعي (الاندماج–الاحتكاك–المستمع) والأسلوب يعبر عن علاقة المؤلف بالجمهور لأن الحديث الإذاعي عبارة عن محادثة بين معد البرنامج والجمهور ولكي تكون المواد الإذاعية صالحة للبث الإذاعي يجب أن تُحَضّر وفق مجموعة من الأسس لأن تركيب البرامج الإذاعية ليس إلاعملية تنظيم للمادة الإذاعية التي تساهم بشكل مباشر بتقديم جوهر الحقائق والأحداث وبالتالي إلى وضوح مضمون البرنامج بشكل عام والذي يجب أن يجيب على السؤالين التاليين:

1- كيف يمكن توليد الأهتمام الكبير لدى الجمهور المستمع؟

2- كيف يمكن خلق الرغبة لدى المستمع لسماع البرنامج حتى النهاية؟

استنتاجات

1- تتميز الصحافة الإذاعية باصطياد المؤثرات الصوتية من الواقع وتسجيلها، ويتم تمريرها من خلال الموشور العام للإبداع لإعطائها قوة عاطفية كبيرة، وخلق التلاؤم فيما بينها مما يجعلها قريبة من الفن الحقيقي المنقول عن الواقع، ومع مرور الزمن تأخذ الشكل الدرامي للواقع لأن ابطالها هم المشاركون فعلياً بالأحداث، وبالتالي فإن النقل الدرامي للواقع لحديثٍ ما عن الواقع كما هو يتطابق مع متطلبات الصحافة الإذاعية، وهذه ظاهرة جديدة غير معروفة لدى الصحافة التقليدية المطبوعة.

2- إضافة إلى الإختيار السليم وتركيب الموضوع يلعب معد البرامج ومؤلفها دوراً هاماً في فاعلية الإبداع ويكون نجاحها مرتبطاً بقدر تطابقها مع تركيز المعلومات في أذهان المستمعين وهذا يتطلب معرفة نفسيتهم وإثارة الرغبة عندهم للاستماع إلى المذياع وجذب انتباههم لمتابعة البرامج الإذاعية.

3- إن سرعة الاذاعة في نقل المعلومات تتطلب اهتمامات خاصة للتحكم بالمستمع في أثناء استقباله لها لأن هناك حاجزاً اكيداً أمام جميع الأصوات والأساليب غير المناسبة، لذلك يجب القراءة بصوت مرتفع وواضح لجميع النصوص المُعَدَّة للقراءة أمام المايكرفون لئلا يلجأ إلى تصحيح الأغلاط وإحداث فجوات بصورة لاتتناسب وسرعة النقل.

4- علينا ألاّ نتناسى وجهة نظر المستمع في البرامج الاذاعية، ويمكن وصف هذه البرامج بأنها جيدة أو سيئة مناسبة أو غير مناسبة، وهذا مرتبط بالضوابط التالية:

أهي جذابة أم مملة كأن تتضمن أشياء غير مرغوب فيها، ولأن الملل هو العدو الأمثل للبث الإذاعي فليس أسهل عند المستمع من ان يغلق المذياع او ينقل مؤشر المحطات الى محطة أخرى.

الصحفـــي والمايكرفـون

* ولادة المهنة الجديدة:

لكل مؤلف موهبة ثقافية، كما يعرف كل صحفي وبشكل جيد مبادئ الكتابة في الصحف وأسس تحرير المواد الصحفية بما يتلاءم مع متطلبات النص التي تتعلق بإدراك الأصوات وهذا أمر ممكن في الإذاعة، لكن الولادة الحقيقية للصحفي الإذاعي تبدأ عندما يتجاوز الوسائل التقليدية للصحافة، أي عندما يصبح القلم ودفتر الملاحظات غير ضروريين له او يكونان ثانويين وفقاً لخطة مستقبلية تظهر أمام المايكرفون لأن القراءة المسموعة للنص المكتوب تعطي الكلمة الحية مكانها، كونها تولد في لحظة لفظها مع ملاحظة أن الحديث الوصفي (الريبورتاج) أو الحديث مع الاخرين (المقابلة) والمؤثرات الصوتية لحدثٍ ما ليست إلا الوسائل الأساس للتعبير في الإذاعة لذلك تكمن قدرة الصحافة الإذاعية في العلاقة المباشرة مع الستمعين خلال عملية الإتصال المباشر بين المتحدث أمام المايكرفون والجمهور الذي يتلقى المعلومات في حالات التعليق أو اللقاءات الإذاعية وغيرها وكذلك الاستجابة المباشرة مع الأحداث والوقائع في حال الريبورتاج الإذاعي ومع إمكانات استخدام الأجهزة العصرية لنقل الأحداث

بكامل تفاصيلها وجوانبها تماماً كما في تسجيل المؤثرات الصوتية الناتجة عن ظهور هذه الأحداث وما يطرأ عليها من تطوير.

إن الصحافة الاذاعية تولّد علاقة مباشرة بين المستمعين وشخصيات رسمية هامة كما تنقل المعلومات وتساهم في نشرها وتُسلّط الأضواء على الحدث من مصدره ومن خلال شهود عليه وأشخاص واسعي الاطلاع.

ليس الصحفي الاذاعي مجرد مُخْبِر نزيه أو ناشر شريف أومفسر أو متحدث بل هو مرشد يومي للمستمعين في دوّامة الأحداث وعالم المعرفة وتأثير الصحفي الإذاعي على المسمعين لايأتي فقط من قوة الكلمة ولكن من الوقائع نفسها ومشاهدتها كما هي لأن اتصاله المباشر مع الناس حالة نفسية خاصة للتحريض وكسب الثقة والحضور الشخصي للصحفي خلف المايكرفون لإرشاد الجماهير ووَعْظِها وهذا عامل مغرٍ دون أن ننسى أن هذا الحضور يضعه أمام متطلبات عديدة، فوجود الصحفي من خلال المايكرفون يصبح عاملاً فعالاً ونشيطاً عليه أن لايستغل ذلك لإبراز شخصيته لأن ميزات المايكرفون وخواصه تجعله قادراً على تسليط الأضواء على نفسه وإبراز غروره فتظهر الأغلاط والململة بوضوح، وهنا تأتي المسؤولية الشخصية للصحفي التي تفرضها خواص البث الإذاعي بحيث ينبغي عليه أن يضبط نفسه

خلف المايكرفون وأن يكون في قمة الشعور في التعبير عن العلاقة، فليس اسوأ وأبشع من الصحفي الذي يشبه الملقّن والمذيع البارد وغير المبالي.

ان الصحفي امام المايكرفون (معلق-ريبورتير) شخص مقابل ونشيط لايقف على منبر بل بمستوى المستمعين ذلك أن الصحفي الإذاعي ليس مذيعاً بصوت الإذاعة ولكنه شخصية دون تصنُّع أو تمثيل فلا يستطيع إخفاء أحاسيسه ومشاعره فأحكامه واهتمامه بالحدث المعني بموضوع البرنامج الإذاعي أو الجهة المقابلة في المقابلات الإذاعية بعيداً عن الخواص الماخوذة عن وسائل التعبير الأُخرى كالمطبوعات في عصرنا إذ يتابع الجمهور البرامج المرتبطة باسماء الصحفيين فقد جاءت هذه الظاهرة لتؤكد على عنصر الابداع في الإذاعة والبرامج المرتبطة بشخصية صحفي ما مما يتطلب اسلوباً شخصياً لذلك الصحفي ليجذب الانتباه ويثير بسلوكه المستمعين باعتباره شخصاً ذا معرفة وصاحب طريقة مبتكرة جديدة للتفسير.

على الصحفي قبل أن يكون مقبولاً في مهنته الجديدة أن يبرهن على قدرته في الحديث المباشر أمام المايكرفون وهذا أمر تتطلبه هذه المهنة مع الاستجابة لمعايير المايكرفون المحددة.

المايكرفون – خواصه وغرابته

معلوم أن المايكرفون مُخلِصْ وصّادِق يخدم الصحافة الإذاعية، لذلك عليه أن يكون في مركز الأحداث ليسجلها وينقلها للناس وأن يؤدي وظيفته بدقه وإخلاص كاملين، وهذا لايمنعه مِنْ أنْ يكون ديكتاتوراً عنيداً لأنه في جوهره يتمتع بخصائص وميزات إذا لم يحافظ عليها تؤدي إلى الإخفاق.

ان دقة المايكرفون تجاه المؤثرات الصوتيه لايحوجنا للبرهان على عدم تناسب الناس في الكلام فمنهم من يتأنى ومنهم من يتمتم ومنهم من يلثغ بلفظ الحروف كلفظ الراء (غ) والسين (ت)، لأن هناك ما يعوق لفظها بشكل سليم لذلك يفضل دائماً صوتاً نقياً وممتعاً للسمع، فالصوت الانساني هو المِعْوَلْ الأساس في الصحافة الإذاعية لأن الصوت الجميل والممتع يتميز بكمال اللحن والنغمة الفنية وقوة التعبير والجاذبية، وبما أن الصوت هبة من الطبيعة الإنسانية فلا بد من استخدام كل امكانياته ليعمل به ليصبح كاملاً وهذا ما تبحث عنه الصحافة الإذاعية، ويمكن باستعمال الصوت تذليل الفوارق والتعبير بالتالي عن المشاعر المختلفة والكشف عن مضامين أكثر حداثة وملاءمة لتطور الزمن.

وهنا يجب على مَنْ يعمل بالمايكرفون أنْ يتقن جيداً النطـق بصوته وأنْ يختار المايكرفون الذي يناسب تسجيله ونقل إيقاعاتـه وعليه أن يستمع إلى صوته المسجل على الشـريط ليتعـرف علـى النواقص التي تلحقه مما يعطيه مجالاً للتخلص منها والعمل علـى اصلاحها كما ينبغي ان يتدرب على الاسلوب واللغـة واللفـظ وأن يعـرف إمكانيـات المـايكرفون وميزاتـه التقنيـة وأنْ يلـم بعلـم الصوتيـات ومـا يتعلـق بـه مـن جميـع جوانبـه، وأنْ يتعـرف الـى المكان الذي يتم فيه التسجيل أو النقل كما يجب أن يعرف أصـول التنفس واللفظ الواضح وألاَّ يكون هناك عِلَلْ صوتيه ولفظية فيـه، وليس المقصود هنا أنْ يكون صوت الصحفي الإذاعي لامعاً.

ليس المقصود بعذوبة الحديث الصوت بـل التعبيـر الفكـري عَمَّـا يقـال وإغنائـه بالشـحنة العاطفيـة لأن ذلـك يحقـق التكـامل والوصول الـى أعمـاق المسـتمعين ويُفـتَرضْ بـالحديث أنْ يتعمـق بالأفكار الواعية، المشاعر والاستعدادات عند الانسان، وأنْ يرسـم بالكلمات لوحات حيَّة بمنطق يسـتند إلـى مضمـون محـدود، فمثـل هذا الحديث يكون ممتعاً وفي إيقاعات فنيـة وهـذه أولـى واجبـات الصحفيين أمام المايكرفون.

إنَ المطلوب من الصحفيين الإذاعيين أنْ يَغْنُوا لغتهم الثقافية باستمرار وأن يستعملوا الجمل والتعابير المختصرة والمباشرة، وبالضرورة أنْ يتقنوا الألقاء السليم وخواص التحدث بلغة الثقافة المعاصرة بشكل جيد.

إن السائد بين الصحفيين هو أنَّ الورق يُمكن ان يتحمل كل شيء، لكن المايكرفون على العكس من هذا القول لأنه يسجل كل شيء وينقل ماهو غير صحيح ومزور وكل لعبه وكل غلطة أو عبث بالصوت، لذلك يتطلب المايكرفون الصدق والأمانة.

***عوامل النجاح:**

تبين لنا مما سبق بأن متطلبات المايكرفون ليست قليلة، وليست المقاييس المسندة اليه كل شيء، فما الشيء الضروري بعد ذلك؟ وما الذي يُجدد ميزات المايكرفون وخواصه ودوره في البث الإذاعي؟ بل ماهي العوامل التي تضمن نجاح المايكرفون؟

للإجابة على هذه الأسئلة يمكننا تحديد النقاط التالية:

أولاً : الثقافة العالية: وتأتي من الثقافة العامة والتجربة الحية والمؤهل العِلمْي العميق والتحضير النظري، فهذه الكماليات لكل مثقف تعتبر الشرط الأساس لعمل كل صحفي يفرضها دوره

الشخصي في الحياة الإجتماعية، فالتجربة الحية والغنية ضرورية كالمعرفة الخاصة فقد أصبحت التجربة ذات قيمة خاصة بما يتعلق بمفاهيم الناس وإعطاء الأحداث حقها وقيمتها، والجمهور يستطيع أنْ يحكم على الشخص الذي يتكلم مباشرة لأنّ الصحفي المثقف الذي يملك المعرفة الواعية والمتمرن يُدخِلْ إلى كل برنامج شيئاً جديداً من نتاجه الخاص وتظل علاقته بالجمهور تفوق العلاقات التي تسود أيام العطل.

ثانياً: الإحساس بتحمل المسؤولية، والقناعة بالعمل، على الصحفي أنْ يكون مسؤولاً مسؤولية مباشرة أمام الجمهور الواسع من المستمعين عن الأعمال والقضايا التي يقوم بتنفيذها، أمّا القناعة فيقصد بها هنا الاقتناع بالأفكار التي يطرحها لخدمة الحقيقة وتقدم البشرية وازدهارها إذ يعتبر القرن العشرين قرن القناعات، لذلك يتوجب على الصحفي أنْ يكون في المستوى الذي يستطيع اقناع المستمعين بما يقول وأنْ يعمل من خلال كل برنامج يعده إلى إثارة وجذب المستمعين وإدخال السرور إلى نفوسهم وإلاّ فسيسخروا منه ويستأؤون من برنامجه.

ثالثاً: القدرة على الاتصال المستمر بالجماهير والسير معهم وجذبهم بسرعة وهذا يتطلب منه الحماس في كل برنامج وصدق العاطفة التي تربطه بالمستمعين ليكسب ثقتهم.

تتبع فاعلية المعلومات وتأثيرها من خلال نقلها وتقديمها من المصدر الموثوق بدقة وبذلك يكسب الصحفي ثقة الجمهور يوماً بعد يوم وعلى الصحفي أنْ يكون في قمة الرُقي ولفت الانتباه إليه عندما يصبح هو والراديو كشيء واحد أصدقاء الملايين من الناس ذلك لأن شهرة ونفوذ أية إذاعة تنبع من شهرة ونفوذ الصحفيين العاملين فيها وهذا يحتم على الصحفي أنْ يكون بارعاً في عمله ومتخصصاً وسريع البديهة والفهم لأنه غالباً ما يقع في مواقف صعبة ومحرجة مما يتطلب منه أنْ يتخذ قرارات سريعة وأنْ يكون قادراً على التعبير بين الصحيح القيم، والخاطئ الرخيص، وأنَ يبدي رأيه باختصار ووضوح تام ففي عصرنا مِهَن كثيرة لكن بعضها لاينجح دون الحماسة والغيرة، والصحافة الاذاعية واحدة من المِهَنْ التي لايمكن نجاحها وإتمام عملية الإبداع فيها إلاّ بالحَمَاسة وانكار الذات.

رابعاً: الصدق والإخلاص هما عاملان يرتكزان على أساس العقيدة السياسية والثقة بالإمكانات والقدرة الذاتية لأن الإذاعة وسيلة لإعلان الصحفي وإشهاره وهذا مرتبط بقدرة وهيبة الصحفي ذي المعرفة الواسعة فضميرة يؤنبه بشكل أو بآخر، وإذا لم يملك هذه الخواص تبقى شهرته ضيقة وشكلية بل

ومزورة، ويخطئ مَنْ يرى في مهنته حقيقة الشكل الخارجي فقط أو أثرها الخارجي أو يظنها جسراً إلى الخلودْ.

ان المستمع يُقيّمْ بدقة أُولئك الذين يهرولون وراء الشهرة نتيجة عدم فاعليته مع الاتصالات بهم والتي لاتجلب لهم السرور وإنما الفشل في الانتاجات الصحفية في حين يكون الاتصال ناجحاً ويجذب الإنتباه من خلال أسلوب التحدث مع إدراك أن العلاقة الصادقة والمباشرة تكون مع جزء من الجمهور لأن الجمهور المستمع بطبيعته لايتجاوز في كل مجموعة ثلاثة أوأربعة أشخاص في حيز مكاني واحد. ان الكثيرين من المذيعين ينسون تحديد جمهورهم ويتذكرون فقط عدداً ضخماً قد يصل إلى الملايين وبالتالي على المتحدث عَبْر الإذاعة أو التلفزيون أن يأخذْ بعين الإعتبار الجو العام الذي يسمع فيه صوته وأن يتصور الشرائح الصغيرة التي تهتم باعمالها فهي لاتتحمل لهجته الخطابية أو القاسية لأنها تطلب من صوت المذياع أن يحدثهم ويسامرهم لا أن ينادي ويصرخ وأن يشعر المتحدث عبر الإذاعة بأنه ضيف على كل منزل فعليه أنْ يكون محترماً لا متطفلاً.

*** الابداع والارتجال:**

من أهم الميزات التي تتطلبها الصُحافة الاذاعية الارتجال الشفوي وهو جوهر الاتصال والمزاملة من خلال الإذاعة لأنه أقدم فن إنساني استطاعت الإذاعة أن تضيف إليه قوة جديدة

وتجعله ميداناً واسعاً للظهور لذلك فإنه يتطلب دائماً التحسس المُركّز لأن الكلمة تولد مباشرة أمام المايكرفون بالتطابق والتآلف مع الفكرة، فعلى الرغم من أن الأساس المنطقي لإثارة الفكرة يكمن في الكلمة الايطالية (امبر وفيزو) والتي تعني غير المنتظر وغير سابق التصور أي المفاجأة، فقد ظهر الارتجال أمام المايكرفون دون إنذار سابق وعليه أنْ يتصف بالطلاقة والبُعدِ عن التكلف.

تحتاج الارتجالية أمام المايكرفون إلى التدريب الجدي والمتواصل لأن عليه يستند نجاح الصحفي وله علاقة مباشرة في إظهاره شخصية سياسية ذات معرفة واسعة ومتينة.

وعلى الصحفي أن يُقيمّ الأحداث التي تناولها بهدف معالجتها بشكل سليم وصادق، وعليه أن يجمع كل ماله علاقة بالأحداث ويلاحظ الرابطة التي تربط بينها، وأن يختار البراهين والحجج المقنعة، وأن يبدي رأيه في هذه الأحداث.

يتطلب الارتجال بالحديث المعرفة الشاملة بالمادة التي يدور حولها فعلى مؤلف البرنامج أن يتعرف الى الحقائق والمعلومات الأساس والثانوية أحياناً والتي لها علاقة بالحدث ذاته لان هذا يساعده على تقديم صورة كاملة وممتعة أثناء شرح الحدث والتعليق عليه، وعلى استخلاص النتائج العميقة والمقنعة.

ان الارتجالية أمام المايكرفون تتطلب حالة نفسية خاصة ليس بالنسبة الى الصحفي فحسب وإنما بالنسبة للمذيعين والمهنيين الذين يقومون بهذا العمل بصورة دورية ويومية إذ يستطيع الصحفي الاستمرار بثبات امام المايكرفون المفتوح معتمداً على ثقته المطلقة بقدراته وامكاناته في تركيب الفكرة السليمة ونطقها أمام المايكرفون ولكن مسالة الاعتياد على التحدث أمام المايكرفون مسالة صعبة وشاقة.

ان من يحقق النجاح في الحديث امام المايكرفون هو الشخص الذي تتوفر لديه إمكانات التحدث أمام الجمهور ولابد من الإشارة هنا إلى حالات اكثر دقة تضع الصحفي في مواقف حرجة ومعقدة فثمة فارق بين من يرتجل أمام المايكرفون وبين الخطيب لأن بين الخطيب والجمهور علاقة مباشرة ومتبادلة تبدو واضحة من خلال حضوره أمام الجمهور وبالعكس ينتج عنها الإثارة المتبادلة فالخطيب يلمس مشاعر التقبل السلبي له، بينما الصحفي بعلاقته مع جمهوره من خلال الموجات الصوتية لايلحظ ذلك مباشرة.

مما سبق نؤكد على أن الصحفي الذي يتحدث أمام المايكرفون يجب أن يكون أكثر دقة واهتماماً بتاهيل نفسه وجاهزيته وتنفيذ برامجه.

ملاحظات

أولاً: تكتمل قدرة الصحافة الإذاعية وقوتها عندما تتخلص من الوسيط (النص المكتوب) وهذا يعود إلى قدرة الإتصال المباشر بين الصحفي الإذاعي والمستمعين، ويتم ذلك من خلال الرد المباشر والسريع على الأحداث ونقلها بشكل كامل.

ثانياً: الكلمة الحية هي الوسيلة التعبيرية الأساس للصحفي عبر المايكرفون فبواسطتها يتم بث المعلومات والتفسيرات، والحديث مع الجمهور وتسليته، ولكي يحقق الصحفي الإذاعي النجاح بالارتجال أمام المايكرفون المفتوح لابد أن يمتلك مادة غنية من المعلومات والكلمات، وأن يكون ماهراً في الاقتضاب، وأن يكون سريع البديهة قادراً على تأليف الفكرة بحيوية، وبنغمة صوتية ممتعة ذات إيقاع موسيقي بلا أغلاط، وهذه الخواص مجتمعة تفترض في الصحفي ان يعتني بنفسه والعمل بشكل مستمر على الوصول الى اكتماله المهني.

ثالثاً: أن التطابق بين الشكل والمضمون والتوازن بينهما في الصحافة الإذاعية يلعبان دوراً متميزاً بالنسبة للإبداع الإنساني، ولاتساعد اللغة وحدها الصحفي على ذلك إنْ لم تصل شيئاً واقعياً ومفيداً لأن جمهور الإذاعة لايستمع لِمَنْ يتحدث دون

أن يُقدِم شيئاً مفيداً يستحق النقل، كما **لا**يستمع الى الأفكار الغامضة والمعقدة وهذا يدفعنا للقول إن نجاح الصحفي الاذاعي مع المايكرفون يرد الى أمرين اثنين:

1- ان يكون لدى هذا الصحفي ما يقوله.

2- أن يعبر عنه بدقة ووضوح.



الفصل الثاني

الوقائع - الأحداث - الناس

والعالم أمام المايكرفون..

ان أنشط جانب من العمل المتعدد الأنواع في الصحافة الإذاعية هو الجانب المتعلق بالأخبار وتقديم المعلومات عبر مايكرفون الإذاعة، ففي المعلومات يتمثل جوهر الصحافة الاذاعية التي تتميز بآلية خاصة عن وسائل الإعلام الأُخرى، لأنه إلى الآن لم يستطع أي شيء أن يغمر الإنسان بفيض من الأخبار الحقيقية ولم يشاهد في أية مرحلة من تاريخ البشرية انتشار المعلومات بالشكل السريع الذي يقدمها به المذياع كما أنها لم تصل إلى جمهور واسع مثل الجمهور الذي يتقبل المعلومات من الإذاعة في وقتنا الحاضر..

فماذا نفهم من مصطلح الإعلام؟!.. فيما يلي بعض الآراء المتعلقة بهذا الموضوع:

الرأي الاول: الإعلام هو البحث عن شواهد مختلفة لحدث ما أو ظاهرة أو واقعة جديدة.

والثاني: يرى أن الإعلام ينشر الوقائع الجديدة ويوزعها، مترافقة بأحكام وتعاميم أو استنتاجات أو توصيات أم غير مترافقة أو متضمنه آراء وتعاليق الكاتب الذي يُعِدْ الموضوع أوَ هيئة التحرير التي يعمل بها أم غير متضمنه.

أما الرأي الثالث: فيرى أن الإعلام عملية تحريض يقوم بها إنسان للإعلان عن الوقائع بذلك، فإن الأحداث والوقائع تتحدث عن ذاتها فتبدو منطقية وواقعية.

يعتبر البحث عن الوقائع الجديدة والتقاطها والعمل الجاد للكشف عنها العمل الأساس في الإعلام وخاصة في وقتنا الحاضر إذ يظهر في الثانية الواحدة مجموعة كبيرة من الأحداث فإنْ لَمْ يتم تدوينها وتسجيلها فستكون حتماً في عِداد الأموات، لكن الحَدس الصحفي هو ذاك الذي يختاره الصحفي من بين تلك الأحداث والوقائع العديدة ليوجه اليه بْوصلّته وينقله إلى المجتمع وفق منهج علمي غايته التعرف إلى ظواهر الحياة والمجتمع وهذا يجعل خط السير نحو كل حدث على حدة ووفق المبادئ الأساس للإعلام الإذاعي التي تظهر الآراء المستشهد بها على جوهر الخبر الصحفي ومضمونه.

ان نقل المعلومات بصدق وعدل وحيوية واختصار ووضوح يمنح المواد الإخبارية المرسلة عبر الإذاعة قوة الكمال وخاصة في المعلومات السياسية التي هي العنصر الأساس في الإذاعة من حيث حجمها وقيمتها المعنوية.

نلاحظ توسع الجانب الإعلامي للإذاعة باستمرار وخاصة المعلومات الاجتماعية وما يدور حول المواصلات والسياحة إذ لم يعد يشترط أن يكون موضوع الأخبار الإذاعية مقترناً بالسياسة الدولية والداخلية او بالاحكام والشواهد المتعلقة بالجانب الاقتصادي والثقافي والرياضة والسياحة، بل على الإعلام الاذاعي أن يقترب من الهموم الشخصية لكل إنسان ولكل مستمع ليشمل المجتمع بكامله.

لايمكن تحديد دور الإذاعة بإعلان الحوادث والوقائع التي تنشأ بصورة يومية فحسب، بل هو موجه ومساعد يومي للمستمعين بما تمتاز به الإذاعة كمخزون لمعلومات كثيفه تقدمها في وقت قصير تبدأ بالمعلومات المتعلقة بالأحوال الجوية وتوقعات الطقس اليومية ووضع المواصلات والمعلومات لسائقي السيارات والأخبار التجارية.. وغيرها.. مما يشبع حاجات الجمهور اليومية وتوجيهه بأمور مختلفة، لأن الإنسان المعاصر يتميز بتنامي اهتمامه بالأخبار التي تتعلق بجميع جوانب الحياة

وبكل جانب من الجوانب الإعلامية لأن الشكل التقليدي لبث المعلومات يكون بنقلها كما هي أو بالتعليق عليها وتحليلها.

تتميز البرامج العصرية للإذاعة بالربط بينْ الخاص والعام، وبين الحيوية والاستمرارية والإمتثال لرغبة المستمعين الكبيرة التي يطلبونها من الإذاعة والتي تتعلق بالكشف عن جوهر المسائل والظواهر، لأن المعلومات الإذاعية تأخذ طابعها الحيوي من الامكانيات التي يتميز بها المايكرفون وعلاقته بالنشر وإمكانات الجمهور المتلقي ومتطلباته الخاصة، وتكون المعلومات التي تقدمها الإذاعة مؤثرة وفعالة بقدرة جودة تركيبها اللغوي وانتقائها وترتيبها مع أهمية الاسلوب الذي تنفذ فيه والاساليب التعبيرية التي تستخدمها الإذاعة.

بعض القوانين والمبادئ

يحقق الصحفي الإذاعي النجاح في نقل المعلومات من خلال الاذاعة عندما يمتلك القدرة والكفاءة على الاختيار الكمي والنوعي للمعلومات عن الحوادث الواقعية والتي لها قيمة إخبارية ويُقصَدْ بالمعلومات هنا تلك التي تهم المستمع وتستجيب لاهتماماته، وهنا يأتي دور التجربة الحية للصحفي وصدق المعايير السياسية آخذين بعين الاعتبار السبق الصحفي اولاً.

ان تحديد الجهة الأساس لايقاعات الصوت والكشف عن المعنى الرئيسي للحدث أو الظاهرة وتقديمها بصياغة مفهومة للمستمعين وبأبسط الطرق وأقصرها يلعب ذلك دوراً هاماً ورئيساً في تقديم المعلومات باختيار الوسائل اللغوية والأسلوب المناسب الذي يعطي الخبر قيمة خاصة وأثراً عاطفياً وهنا نُذكّر بالمثال السابق:"ان عدداً من الطباخين يقدمون انواعاً مختلفة من الطعام ومن المواد الموجودة نفسها لديهم مع فارق بسيط في الطعم" والمستمع العصري يفضل السرعة في نقل المعلومات، كما يرغب في أن تكون هذه المعلومات حيوية ومهمة، ومفيدة وصياغتها تتطابق مع أسس الإذاعة وإمكاناتها، فمعلومات كهذه تضمن التأثير والفعالية إذ يمكننا أن نعتبر كل إعلان إخباري أوبرنامج إخباري ذا فائدة إذا أجاب على الاسئلة التالية:

1- هل من ضرورة أو حاجة اجتماعية لهذه المعلومات؟

2- هل يستجيب الخبر المنقول لاهتمامات الشعب؟ وهل هو ذو قيمة سياسية؟ وهل يساعد المستمع في تفكيره وعمله وعلاقته بالواقع المحيط به.

3- هل يحمل شيئاً جديداً؟ وهل يسلط الاضواء على وقائع وأحداث جديدة؟

4- هل يتوافق مضمون وشكل تقديمه مع امكانيات تقبل المستمع له.؟

5- هل استخدمت الوسائل اللغوية والأسلوبية وإمكانية الصحافة الإذاعية بدرجة كافية؟.

6- هل المعلومات المقدمة واضحة ومفهومة من قبل المستمع؟.

إن عدم تطابق الخبر مع أي من هذه الأسس يكون غير مناسب للنقل عبر الإذاعة.

تحرير الاخبار

رغم الامكانات المتوفرة للإذاعة فإن الشكل التقليدي لتقديم الأخبار المكتوبة والشفوية غير مرفوض لأن القوانين في هذه الحالة توجب ضرورة مثل هذا أمام المايكرفون مع إدراكنا لكيفية لفظ الكلمة أثناء تقديم الأخبار ولذلك يجب أن تُجهّز المعلومات الواردة من وكالات الأنباء المأخوذة من الصحف بما يتناسب والإدراك السمعي وتكون هذه المعلومات أكثر فاعلية وتأثيراً إذا قدمت بشكل شفوي لاقراءة.

كما لابد من أن تكون المعلومات المقدمة إذاعياً مختصرة وواضحة ومدروسة لتكون قابلة للتصور الجسي أكثر من الخبر

الذي يُعرض على صفحات المطبوعات الدورية والذي يُكتب بعمود أو عمودين، فالإذاعة تُقدمْ الخبر بجُمَلٍ معدودة ومختصرة لذلك فإن كل كلمة تستعمل في مكانها المناسب وتملك قيمة إخبارية وأدبية وتعرض بشكل لايسمح للمستمع ان يقول ارجو الاعادة لعدم تمكُني من الفهم أن اعداد الأخبار وتركيبها يختلف عما هو عليه في الجرائد والمجلات إذ عادة تتضمن الجمل الأولى النقاط الأساس التي تجذب انتباه المستمع دون خلط الأخبار ببعضها على أن يقدم الموضوع الأساس للخبر بشكل أكثر شرحاً وتعبيراً ومن الخطأ أنْ يبدأ الخبر بالاستشهاد أوالاقتباس مع الإشارة إلى مصدر الخبر في الجمل التالية.

يرغب المستمع دوماً أنْ يَعلَم قبل كل شيء مصدر الخبر أوالحديث ليحكم على مضمونه لأن الأخبار التي تدخل فيها أقوال بعض الشخصيات وتصريحاتها ومضمون خطاب أو وثيقة رسمية هامة تستدعي انتباهاً خاصاً وهنا تدخل الاقتباسات والاستشهادات وتكون مقبولة شريطة أنْ ترافقها الايضاحات.. مثال: في حديث لكولد فالدهايم قال.. وعند استعمال الاستشهادات الطويلة لابد من ذكر اسم المصدر.. واسم الشخصية التي يستشهد بكلامها ولا يجوز استعمال الضمائر: نحو: هو قال.. هو تابع..

وهو أنهى.. لأن الشكل الصحيح هو الآتي: وبعد ذلك قال فالدهايم..

***الاسلوب في الاخبار:**

يجب أن تُقَدْم الاخبار بشكل ممتع تبتعد فيه عن الكلمات المعممة التي لاحاجة لها والتي تزيد التفصيلات تعقيداً ولايجيز أيضاً زيادة الأرقام والاسماء لأن طبيعة بعض الاحداث توجب التخلص من الأمور الثانوية واستعمال الزمن الحاضر للفعل واسماء الفعل والصفات السلبية ويستعاض عن ذلك باستعمال الجمل القصيرة والأفعال نشيطه وفعالة..

ليست الأخبار شيئاً بسيطاً كما يظن البعض بل هي أصعب جانب في الصحافة الاذاعية لذلك تتطلب عناية كبيرة وجهوداً كثيرة ليس بما يتعلق بالاصطلاحات فحسب بل باتجاه كل كلمة.

هناك أشكال أخرى لتقديم المعلومات الإذاعية والتي يمكن من خلالها الدخول في طابع الصحافة الاذاعية التي تأخذ حيزاً كبيراً في تقديم المعلومات الإذاعية ومنها الشكلان التاليان:

1- صوت المراسل المرافق للتسجيلات الوثائقية والمؤثرات الصوتية الناتجة عن الحدث ويسمى هذا الشكل (بالاخبار الناطقة) أو الرسالة الإذاعية أو الصوتية أو الحدث الوصفي

(الريبورتاج) والصحفي في هذه الحاله يعلن عن وقائع جديدة ويتحدث عن الاحداث التي تستحوذ اهتمام الجمهور فالرسالة الصوتية تشبع رغبات الجمهور ليعلموا اشياء عن الأحداث القائمة من المصدر الذي يشاهد الحدث مباشرة وليس من شخص آخر.

يجب أن يملك معد البرامج الإذاعية القدرة على تقييم الأحداث والوقائع وأنْ يقدمها للمستمعين وقد عالجها من كل الجوانب وان يملك أيضاً القدرة على شد المستمع ليعيش المسائل المرادة فيطلب منه أن يعرض الواقعة الجديدة ويحللها ويربطها بوقائع أُخرى. ولابد من الإشارة هنا إلى أن المستمع لايحبذ الطرق الطويلة والمتعرجة لعرض جوهر الوقائع والأحداث فيصبح من الضروري الاختصار والدقة والوضوح.

2- والشكل الآخر لتقديم الأخبار هو الأخبار المنطوقة المكتوبة والمدعومة بتسجيلات وثائقية وتكون وضعاً لعدة وقائع مترافقة بالتحليل وإصدار الأحكام ووضع الحلول لها ولكي نستطيع استعمال هذا الشكل لابد من اختيار أهم الوقائع واللحظات والطريقة المناسبة لتقديم المعلومات وأنْ نعلم جيداً تقنيات التسجيل وقد يكون لدينا تسجيلات للحدث الموصوف والمعالَجْ فلابد من انتقاء المادة الساخنة لأن الأحداث هي الغذاء

الأساس للمعلومات الإذاعية التي تستمر وقتاً طويلاً عادة ولكي تصبح المعلومات فعالة ومؤثرة لابد أن تكون مختصرة وتتضمن مقتطفات مسجلة بوضوح من مكان وقوع الحدث والتي من خلالها يمكن أن يفهم الحديث في مدة تتراوح بين 2-3 دقائق وهذا يضع بين أيدي المستمعين المعلومات الكافية والوافية وتجعله يعيش مع الأحداث..

البرامج الاخبارية

يتم تقديم الأخبار الإذاعية عموماً بشكل حي خلال وقت محدود ودقيق كنشرات الأخبار باستثناء حالات خاصة فإعداد نشرة الأخبار ليس إلا عملية فنية تراعى فيها بعض المسائل:

1- معرفة الخبر الرئيسي واختياره لنبدأ به النشرة.

2- كيف يُقَدَّمْ هذا الخبر؟

3- كيف يجب أن تكون العلاقة بين الاخبار الداخلية والخارجية بين السياسية والاجتماعية، وبين الاقتصادية والثقافية، والرياضية، الخ..

4- بأي حجم ينبغي ان تكون الاخبار والتحاليل الاخبارية؟

هذه المسائل جميعاً لابد أن تؤخذ بعين الاعتبار عند إعداد النشرات الإخبارية في الاذاعة والبرامج الإخبارية الأخرى وماعدا

ذلك فان المسائل الأُخرى يضع لها المحرر المناوب او دائرة الاخبار المشرفة على إعداد البرامج الاخبارية الحلول المناسبة.

ليست نشرة الأخبار نظاماً جديداً للمعلومات المستقبله، فموضوع تحريرها يحتاج إلى مهارة كبيرة، وتجربة حية وغنية بالصحافة الاذاعية بالإعتماد على عدد من أسس وقوانين وفرضيات نتجت عن تجربة طويلة ومريرة فهناك أشكال ثلاثة للبرامج الإخبارية:

آ- نشرات أخبار مختصرة مدتها (1-3) دقائق وتُعْرَفْ باسم موجز الأخبار أو عرض لأهم الأخبار.

ب- نشرات أخبار أساس تذاع المعلومات فيها في مدة تتراوح بين 5-10 دقائق تأخذ أماكن حساسة بين البرامج الإذاعية بحيث يضمن وجود الجمهور بجانب المذياع.

ح- نشرات اخبار رئيسة تتراوح مدتها بين "(10-15) دقيقة وتقدم عادة مرتين أو ثلاث مرات في اليوم الواحد وفي وقت يستمع فيه الجمهور للاذاعة أكثر من أي وقت آخر كساعات الصباح المبكر وفترة الظهيرة، والساعات المتأخرة من الليل.

ان هذه المبادئ التي يُعتمد عليها في إعداد البرامج الاخبارية معتمدة في جميع إذاعات العالم. يتم تقديم الأخبار خلال النشرات المختلفة وهذا يتعلق باهميتها وحيويتها ومدى الفائدة منها فأهمية خبر عن خبر آخر تتعلق بالموقف السياسي والاجتماعي للاذاعة نفسها تجاهه، أما الهدف من موجز الأخبار فهو وضع المستمع بصورة الاحداث خلال أربع وعشرين ساعة ليلاً ونهاراً لانها تتضمن احدث الوقائع والإعلانات المرتبطة بطبيعة الأخبار الحيوية التي يتم عرضها بكلمات قليلة وجملة واحدة وهذا الشكل مبني أساساً على اختيار أهم الأخبار وتقدم خلال كل ساعة من ساعات البث اليومي للاذاعة ليتمكن المستمع من تلقي أكثر المعلومات، ولنصل إلى أكبر عدد ممكن من المستمعين، ذلك لان جمهور الاذاعة يتبدل كل دقيقة مما يعطي الجمهور امكانية متابعة سير الأحداث التي تقدمها الإذاعة دون انقطاع كما يعطي هذا الشكل من النشرات الاخبارية إمكانية تغيير وإضافة واختيار أخبار جديدة عن أهم الأحداث التي تُقدّمُ خلال النشرة الرئيسة (فهذا أحد مبادئ الصحافة الاذاعية) كما يمكن الاستفادة كذلك من اعادة تحريرها لإضافة معلومات جديدة تسمح للجمهور بمتابعة الأخبار بشكل متواصل وكأنهم يستمعون

لها لأول مرة على أنْ يكتفي في الموجز بـ (5-10) اخبار لدرجة ان البعض يُعرفُ هذا النوع من النشرات بالنشرات الصاروخية.

تبدأ النشرات الرئيسة بالموجز أو المقدمة وتتضمن أهم الوقائع التي ستشرح فيما بعد بشكل كافٍ ووافٍ واختيار ما يهم المستمعين من احداثها ووقائعها إذ تحتل النشرات الرئيسة والهامة أهم مكان فالسيناريو اليومي للإذاعة وبعد الموجز يتم عرض مجموعة من الأخبار وفي نهاية النشرة تتلى الاعلانات أو المعلومات ذات الطابع المحلي وغالباً ما تتضمن نشرات الأخبار تعليقات مختصرة وملاحظات سياسية فيصبح من الضروري في نهاية النشرة الرئيسة إعادة أهم المعلومات بشكل يختلف قليلاً عن الموجز بما يعود بالفائدة على المستمعين الذين لَمْ يسمح لهم الوقت سماعها منذ البداية وللإشارة مرة أُخرىَ إلى أهم الأخبار.

المجلة الاذاعية

الى جانب الشكل التقليدي لنشرات الأخبار هناك برامج إخبارية تأخذ شكل المجلات الإذاعية يمكن تسميتها جرائد اخبارية وهذا يتضمن نشر الأخبار بأشكال إذاعية مختلفة (ريبورتاج، تقرير، لقاءات اذاعية، رسالة صوتية..) إضافة الى الكلمة الحية والمؤثرات الصوتية المسجلة والموسيقى لأن الغاية

الأساس من المجلات الإذاعية هي أن يقوم الصحفي المشاهِدْ (الريبورتير، أو المراسل المتواجد في مكان الحادث خلال زمن قريب من حدوثه) بإعدادها لان المستمع يلتقي من خلال الريبورتاج مع الوقائع والأحداث فيلمس روح الحدث كما يلتقي من خلال المقابلة الاذاعية مع أبطال الحدث المشاركين فيه على أرض الواقع إضافة إلى الشرح والتوضيح الذي يقوم به المعلق وتصبح الحاجة اليه ماسة وضرورية.

يُحَدَّدُ زمن بث المجلة الإذاعية بين (15-30) دقيقة مما يعطي إمكانية استعمال أجناس وأشكال متعددة من الصحافة الإذاعية ووسائلها التعبيرية لتقديم صورة كاملة للحدث وشد انتباه المستمعين في الفترة المسائية لأن ذلك إعادة مختصرة لأحداث اليوم بشكل كامل، فيضمن بذلك استماع عدد كبير من الجمهور المستمع الذي يهتم بالاحداث والاستماع اليها بدقة.

تُقَدَمْ المعلومات بشكل روائي فتهمل في هذه الحالة النصوص المكتوبة ويكون الدور الرئيسي لمعد المجلة الذي يقوم باختيار الأحداث وتجهيزها وإعادة تركيبها ووضع السلم الذي يجب على أساسه أن تسير الأحداث لذلك لابد أن يكون الإذاعيون الذين يقومون بإعداد هذا النوع من البرامج ذوي خبرة غنية وقد مارسوا العمل طويلا في مجال الأخبار ولديهم المهارة الادبية

والقدرة على ربط الأحداث بتعليق مختصر ضمن زاوية قصيرة وفيما يلي نذْكُرْ بعض الإرشادات والتوجيهات التي تساهم في نجاح العمل:

1- ان ما يجذب مستمعي الإذاعة منذ بداية الربع الاخير من القرن العشرين هو المعلومات الموجزة والدقيقة.

2- أن يكون لكل خبر متعة خاصة تلائم حاسة السمع لأن أفضل خبر إذاعي هو الذي يستطيع المستمع إعادته ونقله للآخرين بعد الاستماع اليه.

3- ان الاختصار في الاخبار لايعني أبداً عدم إعطاء صورة كاملة للحدث اذ لايجوز الاخذ بقشور الأحداث وإنما يجب التعميق بجوهرها بأساليب خاصة وتعابير عامة دون أن ننسى المبدأ الأساس القائم على الاختصار لكل مالا حاجة له والتركيز على ماهو مهم.

4- تقديم الأخبار بهدوء ورسمية.

5- الحيوية أثناء تحرير الأخبار واختيار أهمها وأثقلها في المقدمة في أول النشرة الرئيسة لأنه كما يقول عدد كبير من الصحفيين: إن الكلمة الاولى من نشرة الاخبار هي التي تحدد النجاح الكامل لها على مدى الـ /50/ دقيقة.

فـن اقتـاع الاخـرين

من الحدث إلى القناعة:

ليست مهمة الصحفيين الإذاعيين تقديم المعلومات وتعريـف المستمعين بالجديد الذي يحدث على المستوى القطـري والدولـي وإنما يرافق ذلك الوصف الذي يكشف عن جوهرها وإبداء الـرأي وإصدار الأحكام الحقيقية والمهارة الأدبية وبكلمة مختصرة يعتمـد العمل الصحفي على تركيز الأخبار ونشرها.

فالاديب يبحث عن القيمة الإجتماعية للأحداث ويشير إلـى فائدتها الإجتماعيـة فهو يقـوم بتوسيع حجم اهتماماتنـا الفرديـة لتصبح اجتماعية ويكون دور الصحافـة فـي هـذا المجـال الكشـف عن جوهـر الأحداث والظواهـر فـي العـالم المحيـط مـن حيـث الفوارق الطبقية.

تلعـب الصحافـة دوراً هامـاً فـي تكويـن الـرأي العـام الاجتماعي وتعمل كعضو نشيط وفعال في المجتمع لأن الصحافـة دائماً تسلط الاضـواء علـى الوقـائع والأحـداث مـن موقـف معيـن يهدف إلى إثارة محـددة فتشـغل الكلمـة المنطوقـة مكانـاً هامـاً فـي الصحافـة الإذاعيـة لأنهـا تجعـل البـرامج متطـورة وسـهلة الفهـم ومؤثرة في حيـن أن الادب تحليـل واتصـال وشـعور، والصحافـة الاذاعية تثير الصدى في المجتمع لدى كل فرد من افـراده، لذلـك

فإن الإذاعة تطور الأدب وتحوله الى فعالية كبيرة وتجعل من الصحفي الأديب اتصالاً مباشراً مع كل فرد من آلاف المستمعين فيكون الاتصال كاملاً وتأثيره فورياً في حين لاتملك المطبوعات هذه القدرة، والإذاعة تبحث دوماً عن الأديب الذي يجيد الارتجال الحي والمباشر مما يبرز أشياء جديدة في عالم الإبداع الأدبي.

فالأدب الإذاعي يتطلب الشخصية في المؤلف بشكل ملموس، بينما تبرز شخصية الكاتب في مجال المطبوعات من خلال الفكرة وخواص الأسلوب إذ أن أهم شيء بالنسبة لمن يتحدث من وراء المايكرفون صوته وأسلوبه وصيته فيغدو من خلال صوته الجليس المقابل للمستمعين من خلال حاسة السمع إضافة إلى الحشوة السياسية والعاطفية التي يتضمنها النص المكتوب سواء أكان تعليقاً أم مقابلة ويزداد التأثير من خلال المشاركة الشخصية والمباشرة في الحديث الحي للاديب اضافة إلى شهرة ذلك المؤلِّف ومعارفه واتصاله المباشر مع المستمعين.

التعليق السياسي

تعريفه: يعرَّفْ التعليق بأنه عرض مباشر للوقائع والأحداث والظواهر الجديدة في الحياة الاجتماعية والسياسية للمجتمع بشكل سريع وهو كلمة تعني باللاتينيه (كومنتاريوم) أي

عرض الاحداث السياسية المختارة وشرحها متضمنة رأي المعلق أو الجهة المقدمة في الواقعة أو الحالة للتأثير في المستمعين من جانب معين.

الغاية منه: الغاية من التعليق بالدرجة الأولى إقناع المستمعين وعرض الأحداث بشكل سليم مطابق للواقع من خلال رأي المعلق، ومن أجل بلوغ هذه الغاية يجب أن تتوفر المهارة في تقديم الخبر وفق قواعد التقديم اللفظي للتعليق السياسي بشكل خاص والتعليق الإذاعي بشكل عام إذا لم يعد يكتفي في عصرنا بالاعلان السريع للأحداث والوقائع أو ما يتعلق باستعماله الرأي العام الاجتماعي وإنما لابد من الشرح والتعليق على الخبر بسرعة وفي وقت قريب من حدوثه لأن الحيوية ميزة هامة للتعليق الإذاعي ليكون جواباً سريعاً عن المشكلات الهامة حديثة الظهور.

صفاته: إنَّ أهم ما يجب أن يتصف به التعليق كشكل إذاعي هو التعليل والبراهين إضافة إلى موقف معين من الحدث أو رأي فيه وهذا يكون من خلال الفحص السليم للموضوع المعروض من جميع جوانبه بالاستناد إلى الوقائع والأحداث التي يقوم المؤلف بتفسيرها والكشف عن جوهرها على بساط الواقع وعندما يتطابق التعليق مع هذه الأسس يكون ذلك مقياساً لدرجة إقناعه على أن يعتمد المعلق في شرح الأحداث والبراهين على

الحقائق والاستشهاد بها واستخدام الوثائق والمقاطع المسجلة (الوثائقية).

يستخدم المعلق الأدلة والحجج والبراهين لتوضيح الأحداث الاجتماعية ويطلق عليها الأحكام الدقيقة وينجح في ذلك عندما يخلق جواً من الموضوعية بين الظواهر والأحداث والمسائل المختلفة وأن يُحْسِنَ اختيار الحقائق التي يدرجها في صلب الموضوع مع التطورات والتقديرات الهامة والصحيحة لمستقبل الأحداث.

إن الكلمة المنطوقة عابرة تعيش قصيراً وتؤثر فقط أثناء لحظة نطقها فتجعل انتباه المستمع وتفكيره مُركّزاً لذلك يجب ألا نعبث في استعمال الحقائق بتعدادها، وعرض الأحداث ببساطة ووضوح دون نقصان وأن يكون التعليق سهل الفهم والإدراك السمعي.

يصطاد المُعَلِق المادة الحية بدقة واتقان وعليه ان يخلق علاقة منطقية بين عناصرها وان يعرضها بعيداً عن الطرق المتعرجة والطويلة، وان تكون العلاقة فيما بينها كاملة ومترابطة ومتبادلة ومن أجل رفع مستوى التأثير للتعليق لايجوز الإفراط الزائد بالحقائق بل يجب انتقاء تلك الحقائق التي لها علاقة مباشرة بحياة الناس لتحقيق الهدف المنشود منها.

يعيش التعليق في اليوم نفسه ولكن لكل حدث جذوره التاريخية، لذلك نجد أن كل حدث يرتبط بالحدث السابق وهنا يصادفنا السؤال التالي: متى تجب إعادة بعض المواضيع؟.

نصادف في حياتنا بعض المسائل المعقدة التي تتميز عن غيرها من المسائل الاجتماعية والسياسية القطرية والدولية لذلك يجب شرحها وتوضيحها للجمهور والتعليق الإذاعي هو الشكل الأكثر وضوحاً لتقديمها بما يتضمنه من آراء وعبارات عامة تزيد الوضوح والفهم.

ان طبيعة بعض الأحداث المعقدة تفترض إعادتها مرتين وثلاثاً بقصد شرحها وتوضيحها للجمهور، وبناء أفكارها بشكل واضح ومتين ولكي يكون التعليق أكثر حيوية وتأثيراً في الجمهور يجب أن يتضمن استنتاجات سهلة وسليمة..

انواع التعليق

النوع الاول: تتراوح مدته بين (1-3) دقائق وهو أكثر الأنواع تأثيراً وفعالية وموضوعه الأحداث التي يتم شرحها وتفسيرها وعرضها فور وقوعها ومهمة التعليق الإذاعي هنا القاء الضوء على أهم جانب يتميز به الحدث ليتم عرضه بسرعة وبشكل دقيق.

النوع الثاني: التعليق اليومي يوجه انتباه السامعين إلى أهم حدث أو واقعة حدثت خلال النهار وإلقاء الضوء عليه وشرحه

من جميع جوانبه بما يرتبط به بالسير العام للأحداث وتتراوح مدة هذا النوع ما بين (3-5) دقائق ويقدَّم ضمن زوايا خاصة تتطرق للسياسة الداخلية والخارجية للقطر.

النوع الثالث: التقرير الاسبوعي، الهدف منه مراجعة الأحداث التي حدثت خلال الأسبوع الفائت والتي تتعلق بشكل السياسة العصرية وليكون لهذا النوع الفاعلية والتأثير ينبغي على المؤلّف الذي يعده أن يراعي الأسس التالية:

1- لِمَنْ يوجهُ استنتاجاته؟.

2- ما الهدف الذي يريد الوصول إليه؟.

3- معرفه الارتكاز التي يستند اليها في وعي مستمعيه.

4- معرفة الموضوع الأساس الذي يعالجه والحقائق والحجج والبراهين التي تناسب الدفاع عنه.

5- معرفة الحجج والتفسيرات والحقائق التي ظهرت والتي تخالف هذا النوع وكيف تصبح مقنعة؟ وكيف تُفنَّد وتدحض؟

6- كيف يمكن ربط تفسير التعليق باهتمامات الجمهور ومعرفته؟ وماهي البراهين التي تعرض وتبقى راسخة في وعي المستمعين خلال عرض الاستنتاجات المقبولة دون أن يضيف جمله الخاصة في التعليق.

7- أي اسلوب عاطفي يستطيع كسب المستمع إلى جانب موقف التعلَيق؟.

اشكال الاتصال الادبي

التعليق هو أحد الأشكال الصحفية التي تحقق اتصالا مباشراً بالمستمعين لتفسير الأحداث الساخنة داخلياً وخارجياً وهو أحد الأشكال الاذاعية المونولوجية وهذا يتطلب من المعلق أن يملك موهبة الكلمة المنطوقة وموهبة صحفية وثقافية وأن يمتلك صوتاً ممتعاً وأن يتحدث بطلاقة وهدوء ويستطيع أن يعطي وصفاً حقيقياً وجذاباً وأن يكون حديثه مقنعاً قبل كل شيء إذلايكفي فقط أن يَعرِف ما يجب أن يقول إنما عليه أن يعرف كيف يجب أن يقول؟

ليس عدد المؤلفين الذين يملكون موهبة الكتابة والذين يعرفون ما يجب أن يقولوه قليلاً، لكنهم عندما يقفون أمام المايكرفون ويتحدثون فإنهم يكونون مملين، إذ يجب أن يتميز المؤلف بالقدرة على إقناع الجمهور ولايجوز بأي حال أن يستعرض مستواه الثقافي أو ميزته الشخصية بل عليه أن يكون حديثه حسب الحاجة وضمن المعقولية وأن يكون حديث أصدقاء.

هناك شكل آخر للاتصال الأدبي يكون من خلال التحدث أمام المايكرفون في الاستوديو، وما أكثر الحالات التي يتحدث بها

الصحفي مع شخص مقابل، مختص بالأمور التي يدور حولها الحديث، فبفضل الامكانات التقنية التي تتميز بها الإذاعة تعطي إمكانية سير الأحداث مع المشاركين والمتواجدين في أماكن مختلفة وخارج الاستوديو في آن واحد.

ان البرامج التي تأخذ شكل الندوات لمناقشة حدث أو مشكلة دولية يشارك فيها مبعوثون صحفيون ومراسلون خاصون متواجدون في دول مختلفة، وكذلك عندما يكون موضوع الحديث له علاقة بمسألة زراعية أو أقتصادية مع اختصاصيين من حقول متعددة ومؤسسات ومنظمات اجتماعية مختلفة غالباً ماتكون المشاركة المباشرة من خلال الأسئلة والآراء المتعلقة بموضوع الحديث عبر الهاتف وعن طريق المستمعين وإعداد الحديث الإذاعي وعرضه أمام المايكرفون يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمتطلبات عديدة فمن المفروض ألا يشارك في الحديث أكثر من (3-4) أشخاص وتكون مهمة الصحفي الإذاعي ضبط الحديث والتحكم به وعليه أن يوجه البرنامج بخط معين ويضع العموميات المتطلبة والضرورية ويوزع الوقت بدقة بين المشاركين في الحديث الإذاعي وهو مسؤول عن اختيار الشخصيات المناسبة التي ستشارك في هذا الحديث ليس من حيث سلامة اللفظ وإنما من حيث مناسبتهم للموضوع ويفضل أن يكون

كل منهم مختصاً بجانب مختلف عن الآخر لأن ذلك يعطي امكانية أفضل لإلقاء الضوء على الجوانب المختلفة للموضوع المطروح للمناقشة وعلى الصحفي أن يراعي اختلاف ميزات أصوات المشاركين باعتبار الأصوات المتشابهة تضيع المستمع وخاصة حين الدفاع عن ظاهرة مختلفة إذ أن الحيوية والحركة ميزة ضرورية لأن يبدأ الحديث بجاذبية مستمرة حتى ينتهي بنجاح ومنطقية.

ان عرض وجهات النظر المختلفة أمام المايكرفون يفترض تحديد المشكلة مسبقاً، وتفحصها من كل جوانبها ومعرفة أهمية نقلها عبر قنوات الإذاعة ذلك أن الجدلية التي ترافق الحديث الإذاعي تساهم في جذب انتباه المستمع، وتخلق علاقة حية ومباشرة معه، على ألاّ ننسى أن المناقشة ليست جدلاً وحسب بل يجب أن تكون موجهة، واضحة، ومفهومة لأن المستمعين يريدون دائماً معرفة مصدر الجدل وأسبابه وكيف يعالج المتناقشون المسألة المعروضة، فالمناقشة أسلوب إذاعي يثير المستمع ويؤثر فيه لأن الشرح والتوضيح للمشكلات يصبح في تناقض وصراع للآراء المختلفة لأجل البحث عن الحقيقة التي يتم الكشف عنها من خلال هذا الجدل الحاصل بين شخصيات مطلعة ومتخصصة بحضور المستمعين من خلال تلقيهم الحديث الإذاعي.

أحكام عامة

آ- يجب أن يُنظر إلى الأدب في الإذاعة على أنه تحليل للوقائع والأحداث من وجهة نظر معينة، وأن تسليط الضوء على الاحداث والوقائع يخلق الجاذبية التامة والضرورية لاستمرار الاتصال بالمستمعين.

ب- تشبه المعلومات والأخبار الموضوعة رنين الجرس الذي يثير الانتباه فتخلق تساؤلات كثيرة عند المستمع فور سماعه هذا الرنين، فيبدأ بالبحث عن الهدف منها والمعنى الخاص لهذا الحدث أو ذاك، وعن مصلحته الشخصية في هذا الحدث، ثم عن مصلحة المقربين إليه، فمصلحة المجتمع والأمة بشكل عام ولهذا فإن التعليق الاذاعي يجيب على جميع هذه التساؤلات وهو في ذلك سلاح فعال للإعلام الإذاعي، وسلاح ذو حدين في آن معاً.

ج- يعود نجاح التعليق إلى التطابق السليم بين موقف المعلق الواضح وقوة البراهين والتعليلات، فهو جسر يصل بين الحدث والقناعة.

د- يكون التعليق أكثر ضماناً في التأثير بين أوساط الجمهور كلما كان قريب العهد بالأحداث لأنه ينظر إلى التعليقات المتأخرة على أنها سلعة فاسدة.

هـ- الأخذ بعين الاعتبار أن الجمهور لايعرف إلاّ القليل عن المشكلة التي يعالجها التعليق لذا تجب مناقشة الوقائع

بوضوح وبساطة واختصار، وحذف التعـابير الهامشـية والكلمـات الغريبة وأن يضع مكانها الوقائع الهامة والأمثلة والأفكـار العامـة والآراء والأمثال الشعبية لأن هذه العناصر تساهم في جذب انتبـاه المستمع واهتمامه.

و- أن مضمون الأدب الإذاعي يتكون من الحشوة السياسية والعاطفية والمنطقية سواء أكان تعليقاً أم ندوة، وهنا يصبح التأثير أقوى من خـلال العلاقـة الشـخصية والكلمـة الحيـة والإمكانـات التعبيرية للاديب.

المقابلة الاذاعية

*السؤال المطروح: هل المقابلة إبداع فني أم مهني؟.

المقابلة قديمـة قِدَم الصحافـة، فـلا يمكـن تصـور الصحافـة بدون تصور المقابلة، وهـي ابتكـار مهنـي، ومـادة صحفيـة وأحـد أشكال الصحافة الأساسية التي من خلالها يمكن تجميع المعلومات والشواهد التي تساهم في بناء المواد الصحفية التي تُعَدْ للعرض، والصحفي الذي لايستطيع اجراء حديث مثمر، ولا يتقن أسس المقابلة وفنونها فانه غير مناسب لمهنة الصحافة بشكل عام، لأن المقابلة طريق العبور إلى مصدر الاخبار والمعلومات التـي تـلزم للنشر بغض النظر عن الأسلوب الذي ستنشر فيه أو الشـكل الصحفي الذي ستقدم من خلاله.

من المعلوم أن المقابلة حديث، ولكن ليس كل حديث يمكن أن يكون مقابلة صحفية، لأن المقابلة الصحفية كما يقول التعريف الفرنسي لها: "لقاء يتم بين اكثر من شخص واحد بهدف الحصول على معلومات جديدة من خلال حديثهم" في الصحافة يوجد أكثر من تعريف للمقابلة يمكننا أن نستخلص منها التعريف التالي: هي لقاء يتخلله حديث بين الصحفي من جهة وشخص أو شخصين أو اكثر من الجهة الثانية بهدف الحصول على معلومات اجتماعية مفيدة، ليتم نشرها.

تكمن قوة المقابلة كأحد الأجناس الصحفية بقدرتها على جعل الشخص المقابل يصرح أو يلقي الضوء بشواهد هامة على بعض الوقائع التي تتعلق بحدث تم على أرض الواقع، كما يهدف من المقابلة عكس الرأي العام الإجتماعي بما يتعلق بمسألة ساخنة ترتبط بالحياة الاجتماعية، ويقصد منها غاية تربوية أو اخبارية.

لذلك لابد أن تتصف بالحيوية ووضوح الموقف السياسي والغاية منها وأن تكون ذات فعالية وتأثير ولها معنى اجتماعي، ومسلية في آن معاً.

لقد خَلَقَتْ الإذاعة كإحدى وسائل الاتصال الجماهيري الجو المناسب لاستعمال المقابلة الصحفية وتطويرها وليس من باب المصادفة أن تكون المقابلة أحد الأشكال ذات النفوذ مع ظهور

الصحافة الإذاعية لأن المقابلة الاذاعية تختلف اختلافاً كلياً عن اللقاء الصحفي في المطبوعات، كونها لم تكن شكلا من أشكال عرض المعلومات التي تَضمنها حديث جرى في الماضي فحسب بل هي عرض واقعي للحديث ذاته بشكله المباشر وصورته الحية غير القابلة للإعادة، وغالباً ما تقدمها الإذاعة ساعة إعدادها مباشرة.

يمكن تصحيحها أو تنقيحها لتكون كاملة، ولايمكن تقديمها بشكل أفضل مما قيلت فيه أثناء إجراء الحديث بالصورة المطابقة للواقع، مع الاشارة إلى أن المقابلة الإذاعية تخلق الكثير أمام الصحفي الإذاعي فلا تفقد بذلك شيئاً من جمالها وقيمتها، بل تأخذ الطابع الأكمل والأكثر جمالاً من خلال العلاقة المباشرة التي تنشأ بمساعدة المايكرفون بين المتحدثين والجمهور المستمع، فاللقاء الاذاعي يغني المعلومات بالإضافات التي تنشأ عن الإنطباعات المباشرة عند المشاركين فيه.

يُعرَض مضمون المقابلة في الجريدة من خلال ما يقوله الشخص الذي أجريت معه المقابله، أما في الاذاعة فلا تتضمن المقابلة ما يقوله المتحدث فحسب بل كيف يقول ذلك؟ إن الإدراك المباشر للصوت البشري يزيد من القيمة التي يتضمنها اللقاء

الإذاعي، فالصوت يجعل اللغة قائمة بذاتها حتى النهاية فيتحول الصوت من خلال الإذاعة الى بطاقة شخصية واجتماعية للفرد الذي يتحدث أمام المايكرفون نبرات صوته وطابع كلماته وأفكاره، فيشكل ذلك صورة الإنسان، لأن اللسان يتميز بقدرة تعبيرية تنفذ إلى الحقيقة التي تقول: ان جميع اجزاء اللقاء أوالمقابلة أمر تعجز الكتابة عن تصويره ونقله، وهذا يرفع فاعلية المقابلة الإذاعية إلى منزلة الفن.

***دور المقابلة الاذاعية ووظائفها:**

كثيرة هي وظائف المقابلة الإذعية، ومتعددة الوجوه، لكنها كلها لاعلان الحقائق والشواهد والكشف عن جوهر النية الطيبة للإنسان، ويمكن حصر الحالات التي تستعمل فيها المقابلة الإذاعية في الآتي.

1- عندما يراد تسليط الأضواء على أحداث سياسية هامة وساخنة.

2- عند الحصول على معلومات حقيقية من المصدر الأصلي لها.

3- عندما تكون الغاية تحقيق لقاء مباشر بين الجمهور والشخصيات التي تتحدث.

4- لعكس أحداث معينة تقضي الضرورة بالتعليق عليها من قبل أبطالها المشاركين فيها ومن قبل مختصين ذوي نفوذ في أحداث ساخنة لتوضيح قرارات ووثائق صادرة حديثاً وإعطاء معلومات وارقام جديدة.

إذ هناك مقابلات تؤدي وظائف رسمية عندما يكون الهدف منها سماع صوت شخصية معينة، وأخرى يكون الهدف منها الإعلان عن موقف يتعلق بإحساس الإنسان والكشف عن آراء الشخص المقابل ومشاعره تجاه حدث ما.

تتكون بعض المقابلات من سؤال أو سؤالين، مُعَدَّة لتوضيح شيء جديد أو إضافة جديد، وغالباً ما يستخدم هذا النوع في نشرات الاخبار فيأخذ الصفة الرسمية، وهناك مقابلات إذاعية تعد بهدف الإحتفاظ بها ونقل صوت أو أفكار للأجيال القادمة وعدا ذلك يمكن أن تُعد المقابلات لإثارة الإهتمام فقط.

تختلف المقابلات الصحفية باختلاف تعداد الصحفيين والشخصيات المشاركة في المقابلة، ولكن هذا لاينفي وجود أسس وقوانين يتم من خلالها إعداد المقابلة، بحيث اذا عرفت هذه الأسس أصبح سهلاً تجهيز المقابلات وخاصة في بداية العمل الصحفي أمام المايكرفون، فعندما يكلف الصحفي الجديد بإعداد مقابلة صحفية بدون خطة وبدون معرفة أسس العمل فإن ذلك

يحتاج منه الى معرفة كافية ومقدرة كبيرة لهذين الشرطين اللذين يجب توفرهما في معد المقابلة، كما يجب أن يتقن توجيه الاسئلة (كيف يسأل متى يجب أن يسأل) ويكون الصحفي ناجحاً عندما يفرض على الشخص المقابل حديثاً صريحاً فيكون الشخصية المهمة في اللقاء.

هذه بعض الشروط التي يجب توفرها في الصحفي الذي يجري اللقاء إضافة إلى جاهزيته وإمكاناته الصحفية التي تتلخص في (عقيدة سياسية، ثقافة عامة، ثقافة مهنية، اسلوب جيد في العمل واتقان جيد لاستعمال المايكرفون)

***هل من السهولة اجراء المقابلات الاذاعية:**

ان الاكتشاف النوعي للمذياع أعطانا إمكانية الاستماع للشخص المقبال الذي يتحدث وكأنه لدرجة ما يُلغي عمل الصحفي الذي يجري معه المقابلة، ويكون هذا من خلال تصاريحه التي يخفيها والتي لايرغب في التحدث عنها ويبدو هذا واضحاً من خلال المقابلة ذاتها التي يظن البعض أنّه من السهل إجراؤها فلا تكلف في ظنهم أكثر من توجيه عدد من الأسئلة وهي خالية من الإبداعات الصحفية كما يبدو لهم الحديث أمام المايكرفون في غاية السهولة والبساطة.

ليست المقابلة الإذاعية حديثاً عادياً أو جلسة عادية بين اثنين فحسب وإنما يلتزم الصحفي الإذاعي في ألاّ يتحدث أكثر مما تتطلبه الجلسة او الموضوع ومهمته إثارة الشخص المقابل ليدلي بما يخفيه امام المايكرفون أمّا بالنسبة لمُعِدّ الريبورتاج (السرد الوصفي للأحداث) فيمكنه ان يتحدث مع كل شخص شريطة أن يكون من مصدر الأحداث ويعلق بتطورها ويستطيع تقديم معلومات أكثر منها بهدف عكس تلك الأحداث وهنا تكمن الحاجة إلى آراء واهتمامات المستمعين الذين يرغبون دائماً أن يتعرفوا على أشياء جديدة وهذا أمر طبيعي في الإنسان.

يكون الحديث الإذاعي مقبولاً وخالياً من الأغلاط عندما يُصرِح الشخص المقابل بأخبار غريبة وفريدة لها علاقة بالشخصية وواقعها الصحيح وعلاقاتها.

تأخذ المقابلة مكانها ضمن برامج الإذاعة إذا برهنت أنها تستحق الزمان والمكان اللذين تشغلهما بين البرامج الإذاعية وعندها لابد أن يراعي معد المقابلة الاسئلة التالية:

* لماذا تم اجراء هذه المقابلة؟.

* ما الغاية منها؟.

* ما الهدف الذي تريد تحقيقه؟.

لماذا اختار هذا الشخص أو ذاك لإجراء الحديث معه وليس مع غيره؟

يجب أن يكون الشخص الذي تُجرى معه المقابلة مختاراً بهدف إغناء الموضوع بشيء جديدة ومفيد لايستطيع معد الريبورتاج أن يقوله أو يعبر عنه بشكل أفضل فالشخص المناسب للمثول أمام المايكرفون هو الذي يصرح أمام المايكرفون بسهولة عمّا يخفيه من آراء وهو بالطبع من يوجد لديه ما يجب أن يقوله وما سيقوله وللحديث مع شخصيات كهذه تكمن المتعة الكاملة للصحفي وللمستمعين على حد سواء وهذا النوع من الشخصيات المقابلةَ يكمل المتعة والأهمية الكبيرة، ولكون المقابلة تُصَنفٌ بين الأجّناس الإذاعية الأكثر حيوية ونشاطاً نتساءل: أين تكمن نقاط الضعف في المقابلات والأحاديث أمام المايكرفون؟.

للإجابة على هذا السؤال نشير إلى النقاط التالية:

1- أن يُقدِمْ الصحفي على إجراء المقابلة دون تحضير جيد أو إعداد مسبق لها.

2- عدم معرفة المشكلة التي ينوي معالجتها بشكل جيد.

3- عدم معرفته لاي مستوى يمكن ان يستغل الشخصية المقابلة/ وهذا يجعله سطحياً وجوالاً/ يتقيد بأسئلة عامة، ويعتمد على الروتين الصحفي لأن التحضير المسبق هو المفتاح الاساسي للصحفي.

المراحل التي تمر بها عملية التحضير للمقابلة الاذاعية

يأتي تحضير الصحفي للمقابلة بالدرجة الأولى ثم بعد ذلك تحضير الشخصية المقابلة، وبالتالي يجب على الصحفي معرفة ما يلي:

1- المسألة المطروحة على بساط البحث وهذا يساعده على أن يكون شخصية موازية في الحديث.

2- معرفة الكثير من جوانب الشخصية التي سيتم اللقاء معها وهذا يساعده على أن يكون توجيه الأسئلة أكثر صواباً وصحة، وان تكون الاسئلة مناسبة للشخصية وميزاتها وامكاناتها.

3- الغاية من اللقاء، ومهمة هيئة التحرير وذلك بأن يعرف ماذا يريد هو ذاته؟ وماذا تريد هيئة التحرير؟.

مما سبق نعلم أنه ينبغي على الصحفي قبل كل شيء أن يعرف موضوع الحديث وفكرته وأن يفكر مسبقاً كيف سيرتب الأسئلة بشكل واضح وسليم، وأن تكون الأسئلة محددة ومختصرة كي يتصف اللقاء بالحيوية، وأن يكون مترابطاً له مقدمة ونهاية منطقيتان.

أن مهمة الصحفي تنظيم الحديث لتقديمه إلى جمهور معين وهذا يجعل اللقاء الإذاعي نتاجاً ممتعاً مُعداً لأن يكون ذا فعالية

وفائدة لهذا الجمهور، ومن أجل أن يكون كلام الشخصية المقابلة طبيعياً ومباشراً عليه أن ينسى مشاركة الجمهور له بالاستماع، وبهذا يظل شعور الشخص المقابل محافظاً على رغبته بعدم الصدام مع الجمهور وإلاّ فإنه سيبتعد عن الصدق والصراحة أحياناً، وعليه ان يقدم الشخصية المقابلة اثناء اللقاء بشكل ودود ولامع دون أن ينسى انه أمام جمهور وأن يكون الشعلة المتقدة، ويعلم جيداً اهتمامات الجمهور المستمع، وأن يتذكر الامر الذي يبحث عنه المستمع الذي يجلس الى جانب المذياع.

بهذا يستطيع الصحفي الذي يجري المقابلة الإذاعية أن يجعل المستمع شريكاً ثالثاً للحديث المذاع، لكن هذا بالطبع لايتحقق ببساطة وسهولة إذ لابد أن يحسب له بشكل مسبق ونُذَكِّر هنا بأنه لايجوز ان يجلس أحد خلف المايكرفون قبل أن يعلم مسبقاً الهدف المطلوب والغاية المراد تحقيقها، فاللقاءات المسبقة مع الشخصية المقابلة تبعد عن المفاجآت أثناء الحديث على ألا نفهم المقصود من تحضير الشخص المقابل هو إجراء تدريبات على المقابلة وإنما الغاية تعريف الشخص المقابل بالهدف من المقابلة والأسئلة الأساسية التي ستوجه اليه، وتعريفه بخصائص الوسائل التقنية للمقابلة الإذاعية، وخلق الجو المناسب والطبيعي والفعال لها، وكل ما ذكرناه يدخل في إطار المرحلة التحضيرية للمقابلة.

*** فن اجراء المقابلة الاذاعية:**

المقابلة الإذاعيــة اسلوب لإثـارة الآخريـن ودفعهم لـلإدلاء بتصاريح، وتقديم معلومات لأنــاس لـم يحضـروا الحـدث، ويكمـن الفن في إجراء المقابلة الإذاعية فـي امكانيـة توجيـه أسئلة مثيرة تستجيب لأعلى درجات اهتمام المستمعين وشدهم لسماع الحديـث إذ الهدف من المقابلــة هـو أن أحـد المشـاركين فـي الحديث يريـد معلومـات من الآخـر ومـن أجـل أن يكـون ذلـك ناجحـاً يجـب أن ينتهي الحديث باختيار المعلومات الضرورية والمفيدة وهذا يوجب حذف كل مالا يخدم الغاية من اللقاء وباختصار أن يدور الحديـث حول جوهر الحدث ومضمونه.

أن الصحفي الذي ينظم اللقاء هو المحرك الأساسي للمقابلـة وهو الشخصية النشيطة فيها ولكن عليه ألاّ يكون طفيلياً وفضولياً لأن نجاح المقابلة مسؤولية الصحفي أولاً والشخص المقابل ثانيـاً، ولكل منهما دوره الفعال فـي إنجـاح الحديث مـن خـلال عـرض الآراء والأفكار، فليست المقابلة من أجل إظهار ميزات اخرى في الصحفي بل من أجـل الحصـول علـى المعلومـات مـن الشـخصية المدعوة للحديث عن أحداث حصلـت علـى أرض الواقـع، وهنـاك بعض النقاط يجب أن يتميز بها الحديث الاذاعي نذكر منها:

1- كيف يوجه الصحفي الحديث.

2- كيف يوجه الأسئلة ليحصل على الأجوبة عليها؟.

3- كيف استغل الصحفي حضور الشخص المقابل أمام المايكرفون؟.

4- كيف يرتب الصحفي الحديث ليكون حيوياً وفعالاً؟.

بالنسبة للنقطة الثالثة وهي (كيفية استغلال الصحفي للشخصية التي يتحدث معها) فإن الأمر ليس بسيطاً، لأنه في حال اجراء المقابلة لايوجد أمام الصحفي الإذاعي وخاصة أثناء البث المباشر سوى دقائق معدودة وعليه أن يتصرف وفقها وأن يعكس الحدث خلالها فمن أجل ذلك لابد من التحضير المسبق، وأن يكون الصحفي سريع البديهة متمكنا من التعليق السريع والسليم على الأحداث وأن يتكيف بها ويتلاءم معها بشكل ارتجالي، وتكمن الإرتجالية في المقابلة الإذاعية في توجيه الأسئلة بطريقة خاصة مختلفة عن طريقة المحقق والنائب العام الذي يجري التحقيق ليكشف عن أصل المشكلة، بل على الصحفي أن يكون شخصاً مشاركاً في الحديث، وممتعاً وألاّ ينسى الدقة والاختصار في الاسئلة التي يوجهها، وألاّ تثير أسئلة الشخص المقابل، وانما تثير انتباه المستمعين وتجذبهم إلى الحديث وتزيد من مدى تحملهم ومتابعتهم للحديث باهتمام، وبالطبع لايمكن إجبار

الشخص المقابل، بأن يعطي الجواب الكامل والدقيق إذ يمكن ملاحظة هروبه من ذلك ومن أجل تحقيق الفائدة من المقابلة وجودتها يتوجب الابتعاد عن الأسئلة التي يتحدد جوابها بنعم أو لا، إلاّ إذا كان الهدف الابتعاد عن الشرح والتفصيل لعلاقة معينة بشكل واضح إذ تفترض الأسئلة العامة أجوبة عامة، والأسئلة الساذجة تدل على جهل الصحفي الذي يدير الحديث فمن الخطأ أن يبدأ الصحفي ملاحظاته بالأسئلة التالية:

* ماذا ستقولون عن .... ؟

* كم استلمتم من .... ؟

* كيف بدأتم بـ...... ؟

فهذا النوع من الأسئلة يدفع بالحديث الى حد التشويه والأسئلة غير التكتيكية والأسئلة الخشنة تخلق عدم الراحة وتثير الانزعاج ليس لمن توجه اليه وإنما لدى جمهور المستمعين جميعاً.

إن التباين في المواقف يعطي للحديث حيوية خاصة إذ يدفع الشخص المقابل إلى الدفاع عن مبادئه وآرائه فعندما يدافع الانسان عن فكرته يبحث عن البراهين والأدلة ليسوّقها في سبيل إقناع الآخرين، وبدون شك فان هذا الأمر يرفع من قيمة المقابلة

ويزيدها حيوية وفعالية وغالباً ما يتأثر الشخص المقابل بسلوك الصحفي الذي يتحدث معه فعندما يتحدث الصحفي من غير ارتباك أو حرج يوجه أسئلة ببساطة، ويكون الشخص المقابل طبيعياً.. وتبدو الصيغة الرسمية في الحديث ضرورية لأنها تؤدي في أكثر الأحيان إلى التشدد والأرتباك وعلى العكس تماماً فان التصرف الهادئ والطبيعي والبعيد عن القسر والاجبار يريح الشخص الذي يجري معه الحديث ويمكن أن نلمس الطريقة التي توجّه بها الأسئلة والوسط المحيط بالحديث من خلال شخصية الصحفي وتصرفاته واهتمامه بالشخص المقابل وعلاقته الإبداعية تجاه موضوع الحديث، واهتمامه وحماسه العميقين به(من الملاحظ أنه لايمكن أن يكون الاهتمام عميقاً إذا لم تكن هناك معرفة تامة بالموضوع والتحضير المسبق للحديث..)

يبدو التوجيه الرشيق والذكي للحديث من خلال توجيه الأسئلة الخاطفة وتبادل المشاعر كالضحك في حينه ومكانه المناسبين من الأمور الهامة التي تجعل الحديث أكثر حيوية وفعالية وهي عناصر مكملة للحديث الإذاعي.

ويمكن أن تسير المقابلة الاذاعية على شكل أسئلة وأجوبة أو بشكل حديث عادي ففي الحالة الاولى يوجه الصحفي

أسئلته بمهارة دون تحضير مسبق لها إذ يستنتج الأسئلة من خلال الأجوبة أما في الحالة الثانية فإن الصحفي يمكنه أن يوجد علاقة بين الاجوبة فيتكون لديه موقف خاص يتحدث من خلاله ولايكون مجرد طارح للاسئلة لأن المقابلة مونولوج للشخص المقابل فلا يجوز مقاطعته بالأسئلة الكثيرة ولكي تحقق المقابلة النجاح لابد أن تكون مشوقة للصحفي ذاته فلا يجريها بصورة شكلية فقط.

نصائح تتعلق بالمقابلة الاذاعية (راديو انترفيو)

لكي تكون المقابلة الاذاعية ناجحة ودقيقة لابد من مراعاة ما يلي:

1- معرفة الشخص المقابل وموضوع الحديث لتكون الأسئلة اكثر دقة.

2- التمعن بالأسئلة جيداً قبل توجيهها.

3- الاستماع الجيد والانتباه التام للشخص المقابل واستعمال أجوبته أساساً للاسئلة اللاحقة فلا يفضل الالتزام بالاسئلة المحضرة والمكتوبة مسبقاً.

4- إذا شعر الصحفي أن الشخص المقابل يستعين بمقدرته وينظر اليه بانه جاهل، عليه أن يجد الطريقة التي يظهر من خلالها مقدرته ومعرفته الواسعة والكافية.

5- اذا شعر الصحفي ان الشخص المقابل لم يفهم عليه يجب أن يحاول التلاؤم معه وان يحدثه ببساطة وبمستوى فهمه.

6- يجب أن ترتبط الأسئلة بالموضوع وألاّ تأخذ الطابع الإخباري، بل أن تكون المعلومات عذبة، وأن يُخرجها من صندوق مقفول.

7- الإبتعاد دوماً عن أن تأخذ المقابلة شكل التحقيق القضائي.

8- متابعة الحديث بشكل مباشر ودون ارتباك لأن المايكرفون ينقل تصرفات الصحفي وتصرفات الشخص المقابل ولهذا يتوجب الحذر من التحدث بحرية مفرطة أو مبالغ بها لأن ذلك يؤدي إلى الإلفة والتآخي وهذا أمر غير مرغوب فيه في المقابلة الإذاعية.

9- عدم اشعار الشخص المقابل بأنه أمام مايكرفون يسجل كل ما يقوله.

10- التقيد بالزمن بحيث لاتتجاوز المقابلة 3-4 دقائق..

الريبورتاج الاذاعي (التحقيق الاذاعي)

ليست الوسائل التي تستطيع نقل الحياة الإنسانية بتنوعها المدهش وايقاعها وجدتها غير المتكررة كالإذاعة فالمايكرفون من خلال وجودها المباشر والسريع في خضم الحياة الاجتماعية تملك القدرة على تصوير الواقع بحيوية كما هو تماماً وبشكل سريع ومباشر ويصف صميم الحياة وبذلك تصل الوثيقة الصادقة للحياة من خلال المايكرفون الاذاعي إلى بيت كل انسان، والفضل في ذلك إلى الاختيار المنطقي والصحيح لهدف واحد وفكرة واحدة، وهنا تكمن القدرة والفعالية.

إن الوثيقة الحية الصادقة توقظ التفكير وتخلق العلاقة الناتجة عن الادراك الخاص للأشياء لأن الإحساس مجهز مسبقاً من الصحفي خلف المايكرفون، حيث تكمن قدرة الريبورتاج الاذاعي في نوعية نقله الحي، والمباشر للاحداث من مكان وقوعها لا أن تجمع الأصوات وتركب مسبقاً في الاستوديو بل من خلال امكانية المايكرفون بنقل صورة صوتية يسجلها وينقلها لمستمع المذياع ليقنعه بأنه يسمع لوحة حقيقية مأخوذة من الواقع كما هو، اختارها المّعِدّ كما يستمع الى رأيه ووجهة نظره في سير الأحداث على أن ذلك لاينفي وجود قوانين وأسس صحيحة

على معد الريبورتاج أن يتقيد بها وهذا يستند إلى معرفته وقدرته الذاتية..

ويتميز الريبورتاج الاذاعي عن باقي الأشكال الإذاعية بحيويته وفعاليته التي تتكون من خلال النقل الحي والمباشر للأحداث الذي يعطيه شكلا اكثر تعبيرية يضاف اليه صوت الصحفي الذي يصف سير الاحداث من مكان وقوعها فتطور الأحداث والكشف عن جوهرها يساهم في جذب اهتمام المستمع.

ان الريبورتاج مادة إبداعية تعطي امكانية غير عادية من حيث الدقة والقناعة للنقل وتدوين أحداث العصر التي تعُلن وترسل الى ملايين المستمعين لحظة ولادتها وبهذا يلعب الريبورتاج من خلال اعداده وامكاناته دوراً هاماً ورئيساً في التوجيه الإجتماعي للإنسان المعاصر.

ذلك أن الريبورتاج من أحدث الأشكال العصرية لوسائل النقل والاتصال الجماهيري بما يتضمنه من معلومات حية وكاملة مأخوذة من واقع الحياة ومعبرة بدقة واختصار.

يُعَدْ الريبورتاج الاذاعي وثيقة حركية حقيقية تعكس الحدث بطريقة فنية محدودة الزمان والمكان وتلائم التقنيات الإذاعية

المعاصرة وذلك أن صوت الصحفي الذي يشاهد الاحداث يلعب دوراً هاماً في إعطاء تصور واضح للحديث من خلال اللوحه الصوتية الكاملة وينقل المستمعين إلى جو الحدث وهنا يمكن القول أن الريبورتاج الإذاعي ليس انعكاساً ميكانيكياً للواقع فقط بل هو وصف للواقع تبنى عليه وجهة نظر محدودة بعد أن يمر عبر موشور فكري ولهذا أصبح من الضروري أن يفهم معد الريبورتاج هذه الحقيقية وأن يعيها ويوضحها من خلال حديثه الوصفي المرافق لسير الأحداث وأن يملك القدرة على تكوين الصورة في خيال المستمع ويجعله شاهد عيان على سير الأحداث التي يضعها اخذين بعين الاعتبار أن الريبورتاج يجب أن يقدم شيئاً جديداً تكون بدايته مبنية على الحدث إذ لايمكن أن نتصور ريبورتاجاً خالياً من الحديث العاطفي لمن يشاهد الأحداث في مكان وقوعها فليس الحديث الوصفي لمعد الريبورتاج معلومات عادية بل هو شرح للواقع بطريقة فنية، لذلك لايمكننا ان نتصوره بدون ديناميكية كالحياة التي يعكسها تماماً.

هناك تشابه بين التعليق والريبورتاج فكلاهما يأخذ الشكل الروائي ويتميز بالاختصار للأخبار الصحفية ونشرها، والريبورتاج مركب من عناصر مختلفة من اشكال صحفية أُخرى

نضيف إليها زينة مشاعرية، عندما يحضر صورة تطور الأحداث من خلال الحركة وهذا يتطلب انتباهاً خاصاً عند التركيب الإيقاعي للريبورتاج من حيث العلاقة بين الشكل والمضمون لأن الأمور الثانوية تبعدنا عن الهدف والغاية المرجوة لذلك يتوجب التخلص منها.

أن الريبورتاج فن الاختصار لكن من المفيد أن يتضمن الأفكار المنسجمة والمتشابهة مع وجود مفارقات بسيطة تلعب دوراً فعالاً وهنا يبرز دور التفصيل الفني باختيار التعابير الغنية في الريبورتاج، إذ تبدو التفصيلات الفنية إحدى الخواص المميزة وغير العادية لنقل الواقع ولإعداد الريبورتاج يمكن استخدام احد الشكلين التاليين:

1- الحديث الوصفي ويكون من مكان الحدث مباشرة ويجعل المستمع مشاركاً في الحدث ويعيش معه منذ بدايته ويتابع تطوراته على أرض الواقع.

2- استخدام المؤثرات الصوتية التي سبق تسجيلها بواسطة التقنية الإذاعية العصرية، حيث يَحضُر معد البرنامج الى مكان الحدث ويتم تركيب الريبورتاج عن طريق المونتاج في الاستوديو يضاف إليه تعليق المعد المبني على ما شاهده.

إن منهج الإعداد والتنفيذ واحدة في كلتا الحالين حيث يتم التعريف على الحدث من جميع جوانبه ويكون الريبورتاج صورة فوتوغرافية التقطت من قبل المعد ذاته وهذا العمل ثمرة واقعية لجهوده وتواجده في مكان الحدث مما يؤمّن له مشاركة فعالة وتأثيراً واسعاً في الجمهور المستمع من خلال جذب انتباهه.

*** وظائف الريبورتاج الاذاعي "التحقيق":**

يُعَرَّف معد الريبورتاج بأنه آذان الجمهور المستمع وعيونه لأنه ينقل الجمهور إلى مكان الحدث بواسطة الأحاسيس المختلفة والإبداع الفني للوحة الصوتية التي تجذب الجمهور المستمع إلى موقع الحدث من خلال المعاشرة المطلوبة والتأثير في الجمهور لذلك يتوجب أن يقول المعد كل ما يراه في مكان الحدث من مشاهد هامة لها صلة بالريبورتاج وإعداده كما يتوجب أن يكون المعد شديد الملاحظة ومتابعاً ذكياً لسير الأحداث وهذه عناصر ينبغي توفرها في كل من يعمل في مجال مايكرفون الريبورتاج، إذ ليس من السهولة إنتاج لوحة من الواقع ضمن إمكانات الصوت حتى على الصحفي المحترف والقادر على إعداد الريبورتاج لأن لكل لوحة صوتية تأثيرها لحظة تقديمها للمستمع في حين يتطور

الحديث خلال الوقت ذاته بينما الانطباع الشامل والسريع يمكن أن يكون عن طريق العين فقط.

تكمن الصعوبة في إعداد الريبورتاج الإذاعي في الوصف الكلامي والصورة الصوتية للحدث لإثارة الانطباع العام عند السامعين، فالمستمع لايمكن أن يركز انتباهه لمدة طويلة وبصعوبة يفهم المسائل المفيدة ولايستطيع تذكر الأرقام المعلنة والمعلومات الإحصائية ذلك أن الارسال الاذاعي يتم في اللحظة والثانية، وعدم إعادته يخلق صعوبات كبيرة والشكل المختصر، والسرعة الفائقة لتقديم البرامج الإذاعية يؤدي فقط الى تكوين الانطباع العام ويتم تقدير استمرار البرامج الاذاعية بالدرجة التي تنجح بها في جذب المستمع والتأثير عليه.

هناك بعض الدراسات تشير إلى أن المستمع يمكن أن يفهم بسهولة البرامج التي تخاطب تفكيره وأحاسيسه اكثر من تلك التي تتحدث عن الأحكام العامة الأمر الذي تؤكده ضرورة أن تُقَدَّمْ الحقائق والوقائع بوسائل فنية وتكون الحقائق البوصلة التي يتوجه بواسطتها معد الريبورتاج الذي يحتاج إلى مجهر ومهارة منطقية اذ لايستطيع أن ينتج ريبورتاجاً

ناجحاً إلا من خلال وصف مكان الحدث وتحليله وتسجيل أحاديث ابطال الحدث المشاركين فيه والمشاهدين ايضاً كما لايستطيع إعطاء لوحة كاملة عن واقع الحدث والأشياء المرتبطة به نظراً لضيق الوقت.

وفي كل الأحوال لابد أن يتضمن الريبورتاج الإذاعي كل ما يمكن أن يعبر عنه اللسان بسهولة وبشكل مفهوم للمستمعين ولا يجوز الاختصار من خلال الصمت أو الغضب والانفعال لأن المستمع لايحبذ مثل هذه الحالات باعتبارها تزعزع البناء العلمي للأسس التي يُبنى على أساسها الريبورتاج الإذاعي كما لا يفضل التعليق المكتوب الذي لايملك جمالاً فنياً مقبولاً ويتم تحقيق الناحية الجمالية بالإبداع عند معدي الريبورتاج الذين لايتمكنون من متابعة الحدث الحي.

لابد من الإشارة هنا الى أن مواضيع الريبورتاجات لابد أن تتوجه الى الظواهر والاحداث والمسائل التي يهتم بها الناس ويتأثرون بها، وعلى الصحفي الذي يعد الريبورتاج أن يعرض الاحداث دون أن ينحاز بعواطفه وان يختارها ويتفحصها ويقيمها ويعرضها بضمير حي وأن يقوم بجمع

المعلومات التي تلقي الضوء بصورة أكبر على المسألة المعروضة وأن يعدل في تقديم الاستنتاجات والتعليقات بمسؤولية عالية وعليه أن يُغني الموضوع برأيه الخاص وأن يقدم الموضوع بشكل ممتع وجذاب وهذا يعود إلى الأسلوب المفهوم لغوياً من قبل أكبر عدد من المستمعين بفئاتهم المختلفة، كما يجب عليه أن يضمن الريبورتاج وصفاً للشخصيات المشاركة في الحدث وللطبيعة أيضاً وأن يراعي مسألة الوضوح والترابط والعرض الروائي لبلوغ الذروة والحل.

تلك هي العناصر الفعالة في الريبورتاج الأخباري الذي يعكس الحدث في مدة تتراوح بين 1-2 دقيقة وكذلك للريبورتاج الرياضي والثقافي والاحداث السياسية كالمسيرات التي تستمر مدة ساعتين.

ملاحظات واستنتاجات مفيدة

1- ان المهمة الرئيسة للريبورتاج تكون في إعطاء صورة حية وكاملة للحدث (المكان الذي وقع فيه والأبطال الذين شاركوا فيه، والظروف التي ساهمت فيه وخلقته) وكل ذلك عبر موشور الغاية الجمالية والسياسية.

2- تكمن قدرة الريبورتاج الإذاعي ليبلغ الهدف المنشود في استعمال جميع الوسائل للتأثير العام وتدخل فيه الوسائل الوثائقية والوسائل الفنية من خلال مزجها السليم وبذلك يتم الوصول إلى الإقناع من خلال الحقائق والاسلوب الفني لتركيب الريبورتاج (المونتاج)

3- ان لحضور الصحفي إلى مكان الحدث أهميته الكبيرة لأنه يجذب المستمعين ويقودهم لأن يكونوا على اتصال مباشر مع الحدث ويجعلهم شهوداً على ما سمعوه من خلال المذياع حيث يوجد معد الريبورتاج أو المعلق الذي يصف الاحداث عبر مايكرفون الاذاعة.

4- الديناميكية والإثارة شرط أساسي وملازم للريبورتاج الاذاعي إذ عليه أن يُظْهِر دوماً ماهو جديد في الريبورتاج.

5- ان الريبورتاج الطابع الوثائقي لوحة صوتية مأخوذة من الواقع، حيث يتعامل معد الريبورتاج الإذاعي مع الوقائع والأحداث من خلال الواقع الملموس لذلك عليه أن يبتعد عن المثالية وعن تضخيم جوهرها وألاّ يبتكر شيئاً أو يضيف شيئاً

غير موجود وأن يستند في تفسيره على الحقائق الفكرية دون أن يبطلها أو يبدلها أو يحرفها بحال من الأحوال.

6- على معد الريبورتاج أن يجيد الخطابة الحية والابداع في الوصف ليجذب انتباه المستمعين وتكوين الانطباعات لديهم لكن من الانتباه إلى أن التعبير الجميل عندما لايستند إلى فكرة أو عندما لايملك المضمون الغني يكون فارغاً وغير مفيد.

7- لايقاس الريبورتاج بالأسئلة والاسلوب وإنما الأمر الأساسي فيه هو مضمونه ولهذا على معد الريبورتاج أن يتلاءم مع الحياة بحيوية فلا يكون مؤرخاً للحياة وحسب بل عليه أن يكون أحد صانعي الحياة، فالمؤلّف كالمجتمع ذاته فمن خلال ريبورتاجه تُقاسُ قيمة الريبورتاج الإذاعي ومعناه.



الفصل الثالث

البرنامج الإذاعي من الفكرة إلى الأثير"

البرنامج والبرمجه: يفهم من مصطلح البرنامج الإذاعي أمران هما:

أولاً: زاوية إذاعية والتي نطلق عليها بالعربية اسم برنامج وهي فترة إذاعية تتألف من عناصر مختلفة (نص + موسيقى + أصوات مسجلة) *كبرنامج إذاعة فلسطين من دمشق او برنامج احداث اليوم أو برنامج معكم على الهواء من دمشق.

ثانياً: التركيب الهرمي لمجموع البرامج التي يتم إرسالها خلال وقت محدد (يوم، أسبوع، شهر) أو مجموع البرامج (الزوايا–والفترات الإذاعية) التي يتكون منها زمن إرسال إذاعة

---

* المترجم

ما منذ البداية وحتى النهاية فمثلا * برنامج إذاعة دمشق يستمر من الساعة (5.30 صباحاً وحتى 2.30) بعد منتصف الليل. والبرنامج الاكثر شيوعاً في العالم يستعمل بالمعنى الثاني وهو ما سنتناوله في هذا الفصل، البرنامج الاذاعي، هو تلك الجعبة التي تجتمع فيها المسائل والمهام الموكلة الى الاذاعة كوسيلة جماهيرية لنقل المعلومت والدعاية ونشر الثقافة، ومن جهة ثانية هو ذلك المكان لذي يتم فيه الاتصال المتعدد الجوانب وغالباً لاتنطابق اهتمامات الجمهور وأذواقه المختلفة. والاستماع للإذاعة مسألة اختيارية ومن أجل أن يتم هذا الاتصال بالجمهور يجب أن تكون البرامج ممتعة ومسلية لأكبر عدد من هذا الجمهور وأن تحمل الفائدة الضرورية للمجتمع بشكل عام.

ان التطابق الصحيح للوظائف السياسية والاجتماعية للإذاعة مع اهتمامات الجمهور أمر معقد يبدأ مع الخطوة الأولى في بناء البرنامج الإذاعي.

ان النظرة الساذجة والسطحية إلى البرنامج الإذاعي بعد تجهيزه تجعل البعض يتصور أن البرنامج ليس إلا لائحة منظمة لفقراته المرسلة عبر الهواء في خط مركب عندها يمكن القول

---

* توضيح من المترجم

بسذاجة ايضاً، أن عملية البرمجة عمل عفوي يأخذ طابع المؤشرات الكمية، وهذا تصور ساذج لأن البرنامج شكل متنوع ووسيلة للتعايش العاطفي الواعي مع الجمهور المتقبل للبرنامج وهو، وحدة فكرية محددة وتركيب منظم لعدد من الفقرات في وحدة متكاملة، وهنا يجب أن تتطابق المسائل السياسية والجمالية والتعليمية والمسائل التي ينبغي أن تخلق منها الإذاعة وسيلة للتأثير على الجماهير وهذا لايكون إلابمعرفةِ نفسيةِ الأفرادِ والمجتمع ومدى إدراكهمْ ووعيهم واهتماماتهم، وان يتوافق البرنامج مع الوضع الإجتماعي لهم من حيث أعمارهم ومهنهم وهكذا يبدو البرنامج الإذاعي بجوهره معتمداً طريقة واحدة لنشر الافكار، وتكون عملية البرمجة عملية إبداع متجانسة.

البرمجة (التخطيط الاذاعي)

البرمجة مسألة هامة وموضع مسؤولية باعتبار الإذاعة وسيلة اتصال جماهيري لنشر الأعمال الموسيقية والثقافية والعلمية والتقنية والتنتاجات الفنية.. الخ .. وهذه الأمور جميعاً لابد أنّ تجد مكانها في الإرسالات الإذاعية وتجتمع في وحدة متماسكة ومتجانسة ضمن البث الإذاعي المتواصل، والإذاعة من خلال برامجها تشبع الحاجات الروحية للإنسان وتضع الحلول للمسائل التي يفترض أن يوجد لها حل، وتُغْني أذواق المستمعين

وثقافتهم ويصبح الزاماً أمام هذا كله أن يقدم ذلك كله بشكل مقبول ومؤثر لدرجة عالية.

البرمجة الإذاعية: وتعني في نطاق البرامج الإذاعية التخطيط وتأمل المواد الإذاعية ويمكننا أن ننظر إلى هذا الاصطلاح من خلال مَعنيينَ أحدهما واسع والآخر ضيق.

***أولاً**- يشمل المعنى الأول الترتيب لأكثر من مادتين إذاعيتين أو فقرتين إذاعيتين تختلف إحداهما عن الأُخرى من حيث الشكل والمضمون، كما يمكن أن تكون البرمجة عملية ترتيب فترة البث الإذاعي كبرنامج ثقافي يتم إعداده للبث ويمكن أن ينظر الى عملية البرمجة على أنها العمل على تحديد الشكل النهائي للبرامج الإذاعية التي تُبثُ من إذاعة ما خلال يوم كامل منذ الإفتتاح وحتى الختام أو لبث إذاعي خلال أسبوع أو شهر أوفصل أو سنة.

***ثانياً**- أما المعنى الثاني للبرمجة فيعني جميع الإجراءات التي تُنَفذً في عملية تحديد سياسة البث الإذاعي وتخطيطه. وهذا هو المبدأ الذي يحدد ما سيتم بثه والذي يجيب على الأسئلة التالية:

متى - كيف - ماذا ؟.

* متى: يشمل ترتيب الفقرات الإذاعية في البرنامج الإذاعي باعتباره نوعاً من أنواع الاتصال التي تتم مرتبطة بالزمن، فالوقت الذي تُبَثّ خلاله فقرة ما له أهمية كبيرة بالمقارنة مع مكان المقال على صفحات جريدة يومية أو هو على الصفحة الاولى أم على الثانية؟ أم على الثالثة؟ أم الاخيرة؟

* كيف: تتعلق بالعناصر المختلفة وشكل البرنامج واسلوب تقديم الفقرة الإذاعية.

* ماذا: المقصود به ماذا سيكون مضمون الفقرة الإذاعية وجوهرها.

ساد لفترة طويلة فيما يتعلق بالبرمجة فكرة الطموح لإشباع المستمع الجماهيري أي زيادة عدد مستمعي الإذاعة إلى أكبر قدر ممكن إذ تشير الدراسات والتحليلات التي تتناول هذا الجانب إلى أن الجمهور العصري للإذاعة ليس متجانساً بل يتألف من فئات ومجموعات مختلفة ومتنوعة ولكل فئة أو مجموعة اهتماماتها وأذواقها الخاصة وتختلف كل منها عن الاخرى من حيث الأوضاع الإجتماعية كالمستوى الثقافي والاختصاص، وتفاوت الأعمار وفَرْق الجنس (ذكر وأنثى)، فهذه المؤشرات والصفات تشير إلى انخفاض نسبة الإلفة والإنجذاب عند الجمهور الذي

يستمع إلى تلك البرامج التي تُبَثْ في لحظات عفوية كساعات العمل أو فترة ممارسة اهتمامات أُخرى.

يريد المستمع في أيامنا هذه برامج إذاعية أكثر عدداً أو أغنى في مضمونها الثقافي لتستحق الاستماع اليها بإمعان وتركيز، على أن تكون هذه البرامج مختصرة ومسلية وحيوية وقادرة على النفاذ إلى وعي أكبر جمهور ممكن بتركيبته المختلفة، وبهذا المعنى تكون البرمجة الإذاعية تمازُجاً بين الجمهور الشعبي والجمهور المختص.

إن البناء البرامجي الذي يشبع الأذواق الخاصة للجمهور ينبغي ألاّ يضيّق دائرة المستمعين وأن يسلك أفضل الطرق لاستيعاب أكبر عدد من الجمهور الواسع وعندها يكون للتخطيط الدور الأساس في عملية إعداد البرامج.

ليس التخطيط مسألة عادية بل هو أمر معقد وحساس ومن أهم الضرورات التي يجب أن تتصف بها البرامج الإذاعية (التنوع-المرونة-الحيوية) وأن تُقَدمْ المعلومات بسرعة وبأعلى درجات التأثير لأن اهتمامات المستمعين متنوعة وأذواقهم متفاوتة ورغباتهم متباينة المستوى، ولإشباع هذه الجوانب يجب أن تصل البرامج الاذاعية إلى أعلى درجات الرقي ليس من حيث الشكل فحسب بل من حيث المضمون أيضاً، وهنا نستنتج أنَّ التخطيط

يدخل كعامل أساس في عملية بناء البرامج الإذاعية وعنه ينتج الشكل الكامل للبث الإذاعي المستمر والإذاعة بشكلٍ عام.

تُعطى عبر مسيرة التطور العصري والسريع أهمية خاصة لعملية بناء البرامج الإذاعية بشكل أفقي أو عمودي من خلال زمن البرامج الرئيسة في البرنامج الإذاعي اليومي وتستند عملية البرمجة إلى مجموعة من المبادئ الأساس التي يمكن تقسيمها إلى ثلاث مجموعات هامة:

1- أنْ يأخذ كل برنامج اذاعي مكانه ضمن الإرسال الإذاعي اليومي ليؤَمِنْ له أكبر عدد من المستمعين.

2- أنْ يتطابق طابع البرنامج مع اليوم الذي يُرسَلْ فيه (كيوم العطلة الأسبوعية مثلاً) وأنْ يتناسب مع وقت بثه (صباحاً- ظهراً- مساءً).

3- أنْ يتوافق نوع البرنامج وطابعه مع الفصول السنوية التي يتم خلالها بثه /ربيع، صيف، شتاء، خريف/ استناداً إلى هذه المبادئ والتخطيط الدقيق تُجْهَزْ الخطوط البيانية وتنظيم الزوايا وتحديد البرامج الرئيسة للبث الإذاعي إذ تكون الخطوط الافقية حسب نوع البرنامج والايام والخطوط العمودية حسب الوقت الذي يتم فيه بث البرنامج /ساعته ومكانه في البث اليومي/

فالتخطيط يساعد في تحديد شكل البرنامج الإذاعي لفترة طويلة أو إنجازه يدل على التخطيط العلمي للعمل الإذاعي.

***أسس البرمجة وعناصر تركيبها:**

هناك جانبان هامان يميزان جوهر الإذاعة العصرية لابد من مراعاتهما اثناء عملية البرمجة وهما:

أولاً: الاذاعة جريدة ناطقة (بلا ورق) ومساحتها غير محصورة الانتشار وهذا جوهر الصحافة الإذاعية لذلك فإن الحيوية والفعالية تكمن في الخطة المستقبلية للبرامج الإذاعية كونها تحدد الشكل والمضمون، للبرنامج الإذاعي باعتبار المذياع وسيلة للتسلية ومُنَظِمْ عام يشغل وقت الفراغ وهذه حقيقة ناتجة عن تطبيق المقياس الثاني في عملية التخطيط لملء الفراغ وهنا تظهر الحاجة للمبادئ الأساس والمكملة لعملية البرمجة والمتمثلة بـ (الاستمرارية والاستقرار والفعالية والمرونة).

آ- مبدأ الاستمرارية والاستقرار وتفترض وجود المواد الثابتة في الإرسال اليومي للإذاعة التي تساهم في توجيه المستمعين نحو المذياع وجذبهم إليه وهذه المواد لاتتعدى أنْ تكون تلك الزوايا الثابتة التي يتم إرسالها بشكل دائم وفي وقت محدد خلال يوم وتسمى (الستيريوتيب) النفسي، إذ تجمع حولها

جمهوراً واسعاً ودائماً *كبرامج المنظمات الشعبية في اذاعة صوت الشعب ونشرات الأخبار وبرنامج حكم العدالة في البرنامج العام.

ب- مبدأ الاستقرار: يبدو واضحاً في صياغة فقرات الارسال الإذاعي وفق اليوم والساعة حيث يُحدِدَان الشكل الخارجي للفقرات الإذاعية مما يخلق معرفة عامة لدى الملايين من المستمعين للإرسال الاذاعي اليومي ومن دون أن يطالعوا ذلك في الجرائد أو المجلات أو النشرات الخاصة بذلك.

جـ- الفعالية والمرونة: ينبغي أنْ تتصف البرامج الإذاعية والتلفزيونية بالفعالية والمرونة من خلال الإمكانات الكبيرة في إعداد مضمون البرنامج الإذاعي وتنفيذه ولابد أن يتطابق هذان المبدآن لآنه لايجوز بناء الإرسال الاذاعي من زوايا ثابتة فقط فذلك يؤدي إلى نتائج سلبية وغير مرغوب بها، كما يقلل من قيمة البرامج أيضاً، ذلك لايجوز العبث في استخدام المرونة كي لايُفْقِد الإرسال الإذاعي الرابطة المنشودة مع المستمعين وألاّ يَعْتِمد على الموجودين إلى جانب المذياع بالصدفة فقط.

---

* إضافة من المترجم

ثانياً- أنَّ مسألة خلق عادة الاستماع إلى المذياع عند المستمعين هامة وتستحق اهتماماً خاصاً لأن الأستماع يصبح عفوياً أو آلياً من قبل المستمع لبرامج محددة فقط، وأنْ تنتهي الفقرة الإذاعية بإيقاعٍ خاص وأنْ تتطابق هذه النهاية في الوقت ذاته مع الخصائص الداخلية والخارجية للمستمع.

يصل البث الإذاعي خلال ساعات الليل والنهار المختلفة إلى عدد كبير من المستمعين الذين يختلفون عن بعضهم اجتماعياً وثقافياً ومن حيث أعمالهم واهتماماتهم، إضافة إلى الحالات النفسية لهم عند الاستماع إلى الإرسال الاذاعي، كل ذلك له علاقة وثيقة بالاوقات المختلفة للّيل والنهار (صباحاً، ظهراً، مساءً، منتصف الليل..)

يلعب إعداد البرامج الإذاعية وتنفيذها دوراً متميزاً وهاماً في تطابق الايقاع الحي مع ظروف الاستماع إلى البث الإذاعي ذلك أن نظام الدورة الكاملة للبث الإذاعي خلال الليل والنهار يوجز" العناصر المركبة التي تحدّد شكل البرامج وفق درجة الاستماع المختلفة التي يجب أن تكون متوافقة مع حجم المعلومات التي تُنقَلْ عبر مايكرفون الاذاعة آخذة بعين الاعتبار ما يلي:

1- تتميز البرامج الصباحية بجمهورها الكبير من فئات مختلفة، وهذا الجمهور يبحث عن الأخبار ويتمتع بقدرة وحيوية كبيرتين على الادراك ولكن من الصعوبة جداً أنْ يستمع المستمع الى المذياع لمدة 15-30 دقيقة في أقصى الحالات أما الاستماع من الدرجة الثانية فقد يستمع فيه المستمع للبرامج الإذاعية أثناء قيامه بعمل كالسفر والفطور أو قهوة الصباح..

ويتميز جمهور هذه الفترة بحالة نفسية خاصة إذ في الصباح يستعد الناس لتقبل المعلومات التفاؤلية والبرامج المُنَشِطَة والمعلومات المتعلقة بعملهم والتي توجههم خلال يوم عملهم.

2- أما جمهور فترة الظهيرة فيتميز بمدة الاستماع وهو من .المواطنين النشيطين الذين تتراوح أعمارهم بين 9-55 سنة والمعلومات التي تناسب هذه الفترة تختلف بطابعها عن التي تقدم خلال الفترة الصباحية من حيث عموميتها ونوع ايقاعها الخاص وكثافتها العالية فتناسبها التعليقات والتحاليل الإخبارية والبرامج الأقتصادية أيضاً.

3- في حين تأتي برامج الفترة المسائية في الدرجة الأولى من حيث شدة الاستماع، وهي إلى الآن تحافظ على عدد من جمهورها المشكل من جماعات مختلفة ثقافياً واجتماعياً ومن حيث تفاوت أعمارها وينتظر الجمهور من هذه الفترة نقل المعلومات عن جميع الأحداث التي حصلت خلال النهار في

فمسألة البرمجة هامة جداً ولها علاقة متينة بتأثير البرامج الإذاعية وبالتالي تأثير الإذاعة والتلفزيون بشكل عام.

جـ- أنّ التخطيط وتوافق البرامج الاذاعية وترتيبها عملية إبداعية تخضع في نهاية المطاف إلى تقدير المستمعين، فليس البرنامج الإذاعي مادة جامدة وإنما يتغير توافقاً مع تطور المجتمع.

تصنيف البرامج الاذاعية

ان مواد البث الإذاعي اليومي: السياسة والفنية والعلمية والتربوية) هي جوانب معقدة وإعدادها بشكل مبسط ومناسب للإدراك السمعي والاستيعاب الجماهيري من أهم عوامل البرمجة الإذاعية كما أن التركيب الهرمي للإرسال الاذاعي اليومي من أصعب عوامل البرمجة الإذاعية، كما أن التركيب الهرمي للإرسال الإذاعي اليومي من أصعب المسائل المتعلقة بالبرامج الإذاعية بشكل عام.

ان فكرة البرنامج الإذاعي حسب النظرية والعمل التطبيقي للإذاعة الحديثة كثيرة الاستعمال وتختلف تلك البرامج حسب مضمون كل منها وغالباً مايكون الإرسال الإذاعي وفق الأشكال التالية:

* اولاً: البث الإذاعي هو نشر لاسلكي للنصوص المكتوبة والأصوات المسجلة ضمن دائرة غير محدودة بمساعدة الموجات الإلكترونة.

* ثانياً: البث الإذاعي هو النتاجات الصحفية، والثقافية، والموسيقية، والمسرحية و... التي يتم تقديمها بشكل مباشر أوغير مباشر وتكون مكتوبة بالشكل المناسب للقراءة أمام المايكرفون الإذاعي ومناسبة لإمكاناته وخصائصه.

ثالثاً: البرنامج الإذاعي جزء من البث الإذاعي محدود الزمان والمكان (ساعة البث ومدته) يَدْخُل في الهيكل الكامل للبث الإذاعي.

وبكلمات أُخرى يمكن القول: إنّ البرامج الإذاعية هي مجموعة يتألف منها بث اذاعة ما من بدايته وحتى نهايته مع تحديد الطابع الخاص لكل برنامج بشكل منفرد ونوعه وهذا يتعلق بشكل مباشر بالمهام العديدة التي تُوكَلْ للإذاعة والتلفزيون كحجم المشاكل والمواضيع التي يجب معالجتها وتنوع الوسائل التعبيرية حسب امكانات كل منها وخواصه، إضافة إلى الاهتامامات المتنوعة للجمهور المستمع والمُشاهِدْ الذي تعد له البرامج سواء أكانت إذاعية أم تلفزيونية، وهنا يمكن تصنيف البرامج وفق الآتي:

أ- البرامج الصحافية (الإخبارية) مهمتها الأساس سواء أكانت إذاعية أمّ تلفزيونية التسجيل الوثائقي للواقع ويتكون مضمونها من وقائع وأحداث محددة تتم معالجتها خلال الوقت الذي يتم نقلها فيه وتسلط الاضواء وتُحلّل، وتُعمّم الأحداث وتؤثر في الجمهور بأسلوب فني شائق يعتمد على الوثيقة المؤكدة والدقة والأمانة في نقل المعلومات.

ب- البرامج الفنية: ثقافية، موسيقية، مسرحية.وتمثيلية، يتم تقديمها بفنيّة وجمالية عالية، والهدف منها خلق الواقع، وتعايش الإنسان مع وسائل فنية مختلفة صالحة، للتفسير والتوضيح عبر الإذاعة.

جـ- البرامج التعليمية (تربوية) تأتي هذه البرامج ضمن وظيفة الإذاعة.كوسيلة شعبية وهي تهدف إلى تحقيق غايات إرشادية تعليمية محددة، وتكون بشكل محاضرات فلسفية، اجتماعية ودروس تعليمية باللغات الأجنبية، وتربوية .. الخ.. وينفذ هذه المحاضرات محاضرون ومدرسون، ولتنفيذ هذه للبرامج يمكن الإشارة إلى الأساليب التالية:

1- طريقة مباشرة حية يتم القاؤها مباشرة، أمام المايكرفون من الأستديو وخارجه دون وسيط (آلة تسجيل مثلا) وهو من أهم الأساليب التي تظهر به قدرة التأثير للبث الإذاعي.

ان التأكيد على أهمية الأسلوب المباشر وفعاليته لايعني بأن العمل الإذاعي لايحتاج إلى التنظيم والتحضير أو التجهيز المسبق، ولتنفيذ هذا النوع من البرامج يجب على الصحفي الإذاعي أنْ يفكر مسبقاً بما سيقدمه للمستمع وأنْ يطالع كل ما يتعلق بموضوع البرنامج لأنَ هذا يساعد على تحقيق الفعالية والتأثير المطلوبَيْن، كما يُساعد على تقديم ما يلزَمْ ضمن الوقت المحدد للبرنامج.

2- طريقة غير مباشرة: هي البرامج المسجلة التي تتطلب إمكانات تقنية حديثة لنقل وتسجيل الأصوات والمؤثرات على شريط مغناطيسي أو مادة مسجلة محفوظة في الأرشيف /اسطوانات البيك آب/.. وبهذه الطريقة يمكن استنباط الأصوات وتركيبها مباشرة أو بعد وقت طويل.

على الرغم من أننا على يقين بأن المواد المسجلة لاتؤدي الوظيفة الأساس للصحافة الإذاعية والتلفزيونية التي تتمثل في نقل الأحداث في الوقت الذي تظهر فيه مباشرة من مكان وقوعها، لان العرض المباشر للأحداث لايؤكد صحتها ومصداقيتها فقط وإنما يكون ضرورياً جداً في كثير من الحالات (المباريات الرياضية مثلاً).. فبالمقارنة بين الطريقة المباشرة وغير المباشرة يتم الكشف بسهولة عن ضعف الطريقة غير المباشرة رغم ايجابياتها الخاصة فالطريقة غير المباشرة تفسح

المجال واسعاً أمام تنظيم المادة الصحفية بصورة جيدة نظراً لتوفر الوقت الكافي والتقنيات الحديثة في تركيب البرامج (إمكانات المونتاج) الامر الذي يؤكد صلاحيتها بشكل تام للتنفيذ عبر الأثير.

3- طريقة مزج بين المباشرة وغير المباشرة مثل البرامج التي تستعمل فيها فقرات مُسَجَّلَةٍ مسبقاً إلى جانب البث المباشر للاحداث، وهنا يكون الدور الأساسي لعملية الإنسجام بين مهندس الصوت والمذيع والمخرج.

أن البرامج الإذاعية تركيب متآلف بين النصوص المقروءة والموسيقى وقد خلّقتْ التجربة الطويلة والفنية للإذاعة علاقة وثيقة بين هذين العنصرين (النص والموسيقى) والمحافظة على هذه العلاقة شرط أساسي لَمْ تفرضه الفطرة فحسب وإنما أكدته التجربة الطويلة، وقوانين البرامج الإذاعية في عصرنا الحديث.

يُنَظْر إلى العلاقة بين الكلمة المنطوقة والموسيقى بمنظار خاص مع الأخذ بعين الأعتبار الوقت الذي يتم فيه تنفيذ البرامج ومناسبة الموسيقى للموضوع وحجمه، فالشكل التقليدي للبرامج الإذاعية المُعدّة للجمهور يكون مقبولا بشكل وسطي بنسبة 70٪ اضافة إلى30٪ لصالح الموسيقى وتختلف هذه النسبة باختلاف تنظيم الفقرات الإذاعية وترتيبها.

ليس ترافق الصوت الإنساني مع الموسيقي هدفاً بحد ذاته في البرامج الإذاعية كما أنه ليس إحصاءً تقريرياً إنما هو ضرورة تساعد على خلق الحالة النفسية المطلوبة للاستماع.. ولكن هذا الترافق لايتحقق بتحضير برامج موسيقية أو برامج منطوقة بالصوت الإنساني بشكل خالص وإنما بدخول هذين العنصرين معاً في مختلف أشكال البرامج الإذاعية لأن كلا العنصرين يدخل بشكل أساس في الريبورتاج وحسب منهجية البرامج ونظامها يمكن تقسيمها وفق الأشكال الأساس التالية:

أولاً- البرامج الاجتماعية والسياسية: تأتي البرامج الإخبارية في الدرجة الاولى كممثل رئيس للبرامج الاجتماعية والسياسية التي تحتل المكانة الأولى في العمل الصحفي في الإذاعة ويلحق بهذه البرامج الخبر والتعليقات والرسائل الاذاعية والتقارير والريبورتاجات ويدخل في هذا المجال البرامج الخاصة التي تنقل الأحداث والمباريات الرياضية مباشرة.

يهدف العاملون في الإذاعة إلى زيادة فترة هذه البرامج لأنهم يحققون من خلالها التطبيق الكامل والايجابيي المميز للإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية هامة فالبرامج التي تأخذ طابعاً اجتماعياً تمثل جزءاً هاماً من البرامج الاجتماعية-السياسية التي تهدف إلى التأثير في الجمهور المستمع وتتحدث هذه البرامج عن

الاكتشافات العلمية والتقنيات الحديثة وعن موضوعات سياسية واقتصادية وتربوية وصحية، وتساهم في نشر المعرفة وتوسيع أفقُ التفكير كما تؤثر على المثُل الأخلاقية وطبيعة الانسان.

ثانياً: البرامج الثقافية: تساهم في نشر الثقافة والتراث الثقافي ذي الطابع الوطني، كما تشير إلى القيم الفنية الجديدة وتقوم بالدعاية لها، وبذلك تكون الإذاعة مِنْبَراً للثقافة التقليدية والتقدمية والفنون الانسانية، كما تبدو الإذاعة من خلال بعض هذه البرامج وسيلة لنقل المعلومات وشاهداً للاحداث الثقافية والسياسية ومقوماً لها، مثل إصدار الاحكام على كتب حديثة الصدور، وعلى العروض المسرحية والأفلام السينمائية وتقديم التقارير عن أصحاب الفن كما تقدم الريبورتاجات عن احداث الحياة الثقافية ويدخل في هذه البرامج كل ما يتعلق بالنتاجات الفنية في مختلف جوانب الإبداع الفني.

ثالثاً: البرامج المسلية (المنوعة) تعمل هذه البرامج على توسيع دور المذياع كوسيلة ممتعة بتركيب رائع ويتصف هذا النوع من البرامج بالجاذبية والتأثير ومتابعة الجمهور له باهتمام وشوق زائد كما يتم توظيف هذه البرامج لتلعب دوراً هاماً في مجال التربية الجمالية للجمهور فيدخل في إطارها (المسابقات)

وأساليب أُخرى تجعل المستمعين على علاقة مباشرة بها كما تجعلهم يشاركون بفعالية في برامج الإذاعة.

هناك أشكال اخرى يمكن اضافتها إلى ماسبق ذكره كالبرامج الدعائية والتعليمية ويتم تحديد هذه الأشكال من خلال الإجابة على السؤال التالي:

***نحو من تُوجَّه برامج الاذاعة؟.**

تهتم الإذاعة بجميع المسائل والمشاكل التي تهم الفئات الإجتماعية باختلاف اعمارها ووظائفها وهذا يكون بواسطة برامج خاصة موجهة لشريحة محددة من شرائح المجتمع كالاطفال والشبيبة والعمال والفلاحين.. ويتم إعداد هذه البرامج المخصصة وتوجيهها نحو شريحة اجتماعية محددة كي تحقق الفائدة المرجوة ومن هنا نجد أن لكل برنامج شكله وطابعه المميز.

***الدور التوجيهي والمميز للزوايا الاذاعية**

هناك عوامل عديدة تدخل بشكل مباشر في تحديد شكل البرامج الإذاعية يأتي على رأسها المسائل القائمة أمام الإذاعة ومضمون البرامج وهذا يتطلب البحث عن اسلم الطرق وأقصرها للاتصال المباشر مع المستمع وفي هذه الحالة لايمكن إعطاء شكل البرنامج كالوصفات الطبية.

أن كل مناسبة تفترض شكلاً مطابقاً وخاصاً بالمادة بحيث يجيب على السؤالين التاليين:

- ماذا يمكن أن نحقق بهذه المادة؟.

- نحو من نوجه البرنامج؟.

يختلف الشكل حسب الهدف من البرنامج كتوضيح مسألة ما وإثارة أسئلة وآراء محددة وفي حالات مختلفة تستوجب البحث والدراسة، كما يختلف شكل البرنامج حسب الجمهور الذي يوجَّه اليه البرنامج كالأطفال أو الكبار أو العمال أو الفلاحين أو لجميع المستمعين.

إن المنطلق الأساس لاختلاف الأشكال الإذاعية وتنوعها هو اختلاف مستوى الوعي الإجتماعي والثقافي للمستمعين وهذا يتطلب الشكل الاذاعي التقليدي/الزاوية/. لأن الزاوية الاذاعية شكل برامجي يدخل في سلسلة البث الإذاعي ويحدد الطريقة والمضمون مدتها وتخصصها، ويكون الاختصار فيها مطلباً أساسياً لتحقيق الحياة في البث الإذاعي ولا تظهر الزاوية الاذاعية من خلال الاختصار للطريقة أو ضغط المواد المختلفة ودمجها ببعضها وإنما من خلال التجميع المنظم لمواد محددة لفترة ما، وتحديد الفترة التي تشغلها ضمن البث الاذاعي/يوم ساعة وقت

محدد/ لأنها توجـه المستمع وتعودُه علـى أن يجد فيها الأجوبة على بعض المسائل التي تهمه وتتماشى مع رغباته.

وللزاويا الاذاعية أهمية خاصة من حيث سهولة وصولها للمتقبل ولهذا يجب إعدادها وتفيذها بدقة وانتباه متين.

*انواع الزوايا الاذاعية:

أ- من حيث الأستمرارية:

1- زوايا ثابتة: تنفذ باستمرار في الوقت المحدد لها والمدة المخصصة لها في البث الإذاعي كالأخبار وغيرها.

2- زوايا دورية: تكون مدة بثها أطول من مدة بث الزوايا الثابتة ويتم إرسالها بانتظـام يوميـة، اسبوعية، شـهرية، ويستمر تنفيذها حسب شمولية المواضيع وحيويـة المسـائل التـي تطرحها ويتعلق استمرارها بدرجة اهتمام الجمهور بهـا كمـا تـبرهن علـى ضرورة استمرارها من خلال إقبال الجمهور على سماعها فتكون أكثر الزوايا جاذبية تلك التي تستمر وقتاً طويلاً.

3- زوايا آنيـة: هـي التـي تعكس الأحداث السـاخنة ويتم إعدادها لحل مشكلة محددة أو مسألة مـا وتكـون نهايتها فـي حل المشكلة:

ب- من حيث المكان:

1- زوايا أساس: يأخذ هذا النوع شكل برنامج إذاعي كامل ومُحَدَّد.

2- زوايا مركبة أو ثانوية: هي التي توضح فقرة محددة أوعنصراً ما في الزوايا الرئيسة ويكون لكل زاوية شارتها الخاصة على أن تكون مختصرة موضوعية ومعبرة وأن توقظ الانتباه وتمثل الشارة مفتاح مضمون الزاوية أو البرنامج ويمكن أن تُشَبَّه الزاوية الإذاعية على هذا الأساس بحجر المساحة الذي يوجِهُ الناس وفق خط معين.

الفتـرة الاذاعيـة

هل هي آنّية ؟ أم ضرورة؟.

تميزت البرامج الإذاعية خلال النصف الثاني من القرن العشرين بقصرها، وهذا ما يتطلب ضغط الكلام وتنويع البرامج، وذلك بسبب التخصص الذي فرضته طبيعة العصر إذ ظهرت أشكال إذاعية، فترات اذاعية، كنماذج جديدة للبرمجة تتراوح مدة كل شكل من (1-6) ساعات تتخلله فقرات موسيقية يستمر كل منها من (5-10) دقائق كما يتخلل الموسيقى اذاعة المعلومات بأنواعها المتعددة من حيث الشكل والمضمون، يدخل فيها موجزات الأخبار التي تستمر من (1-3) دقائق وريبورتاجات

إذاعية ومقابلات ورسائل وتعليقات مختصرة وملاحظات حيوية.. الخ.. يتم اختيارها وإعدادها بشكل يتناسب مع خواص الاستماع غير المكثف.

ان الهدف من الفترات الإذاعية الطويلة خلق الجو المناسب والعادي للاستماع وتقديم المواد بحيوية وبأساليب متنوعة، وغالباً ما يتم تقديم الأخبار ضمن هذا الشكل الإذاعي مباشرة من مكان الحدث والذي يناسب هذا الشكل هو الأسلوب المباشر على أن يتقيد العاملون في الفترات الطويلة بمبدأ حسن الاختيار والتحضير للأخبار المنقولة وبشكل حيوي، ويلعب الصحفي في هذا النوع من البرامج دوراً هاماً لأنه محرر وموجه البرنامج وعليه أن ينوع بأساليب نقل المعلومات (كالريبورتاج-والمقابلات..) وأن يختار الموسيقى الهادفة الممتعة لأذن المستمع وان يهتم بتفاوت الصوت لأن الفترات الإذاعية الطويلة من أعقد اشكال البث الاذاعي وعليها أن تتوافق مع المبادئ التالية:

1- أنْ تكون متخصصة وموجهة/موسيقية-إخبارية-رياضية-منوعة-ثقافية- فنية/ للأسرة والمنزل وأن تختار الأشكال الإذاعية التي تتميز بالحيوية والإيقاع الخاص وأن تكون الموسيقى ممتعة ومريحة ومنسجمة مع النص.

2- مركز الربط (الاستوديو) يؤدي هذه الوظيفة موجهون دائمون (المحرر المناوب والمؤلف والمذيع أو الممثل) إذ يكون لهم دور عريف الحفل، أو موجه الديسكو في مكان الرقص.

3- المدة المناسبة من (60-240) دقيقة بحيث يكون لكل من الحديث الإنساني والموسيقى 50٪ وغالباً ما يكون للموسيقى 75٪.

4- اختيار الموسيقى المناسبة وتنويعها وفق اذواق المستمعين الشعبيين.

5- أن تقدم بأسلوب مباشر.

يجب إعداد الفترة الإذاعية الطويلة كوجدة كاملة، والعمل بقوة لجذب انتباه المستمع واستحواذه لانه يكون مشغولاً بعمل آخر ولتحقيق ذلك يجب أن تتصف الفترات بالأختصار والاستخدام الجيد والسليم لكل الوسائل التقنية الحديثة والأشكال الصحفية الإذاعية وهذا ما يحدد الطابع العام للبرنامج الذي يُسْمَعْ مِنْ قطاع كبير من المستمعين.

ونشير هنا إلى عدم صلاحية الفترة أن تكون موسيقية فقط، بل يجب تركيبها بشكل سليم وتوزيع الموسيقى والمواد المقروءة بصورة جيدة.

وهنـاك أمـر آخـر لابـد مـن مراعاتـه هـو الـتركيب المتيـن للبرنامج ضمن الفترات الإذاعيـة حيث تظهـر الضـرورة الملحـة على الربط المنطقي بين أجزائها وهو مـا يُسمى بـالتركيب العـام للفترة الذي يميزها عن غيرها من البرامج.

"إعداد البرامج الاذاعية"

ان عملية إعداد البرنامج الإذاعي مسألة معقدة وطويلة تبـدأ من تَشَكُل الفكرة فـي ذهـنِ المُعِد وتنتهـي بتنفيذهـا علـى الهـواء، و هـي بذلـك تمـر بمراحـل ابداعيـة متعددة لكـل منهـا علاقـة مـا بالأخرى.

1- كتابة المادة الصحفية بشكل مختصـر (المخطـط العـام للفكرة والعناصر)

2- تحريـر المـادة وإعدادهـا بالشـكل المناسب لخصــائص الإذاعة واسلوب التنفيذ ومتطلبات البث الإذاعي

3- تنفيذ المادة على الهواء .

تتضمن كل مرحلة من هذه المراحل مجموعة من العناصر المختلفة تفترض مجموعة من المتطلبات التي ينبغي توفرها لأجل خصائص الاتصال الإذاعي إذ يجـب تحضـير سـيناريو للبرنـامج

كون الأمر يختلف بين أن يكون إرتجالياً إبداعياً في حال البرامج المباشرة كالريبورتاج الذي يتم بثه مباشرة من مكان الحدث أو التعليق أو المقابلة.. الخ.. إذ على الصحفي أن يستعد ويهيء نفسه بشكل مسبق قبل استعمال المايكرفون لأن التحضير المسبق يُكْسِبُ البرنامج الشكل اللائق والصفات التي تتناسب مع طبيعة الصوتيات بالنسبة للإذاعة وبين أن يكون تحريراً للنصوص المكتوبة والمجهزة ليتم بثها ضمن فقرات البرنامج عن طريق مونتاج التسجيلات الوثائقية والسيناريو الخاص بالبرنامج.

أما بالنسبة لاستخدام الأجناس التقليدية المعروفة لدى الصحافة والأدب والدراما في البث الإذاعي فمن المفترض إلباسها الثوب المناسب دون تبديل شكلها أو مضمونها الأصلي فالمقالة تبقى مقالة والمسرحية تبقى مسرحية وفي حالات أُخرى يكتفى بتحرير النص بحيث يناسب القراءة بالصوت الإنساني وخواص الإدراك السمعي وإن كان هناك حالات تفترض الإضافة لتجعل النص متوافقاً مع خصائص البث الإذاعي كاستعمال الموسيقى والمؤثرات الصوتية وغيرها، بعد النجاح في إعداد كل برنامج إذاعي لابد من التأكُد من نجاح تنفيذه لأن

النتيجة النهائية لاتعود بشكل أو بآخر الى مُعِدْ البرنامج وحده وإنما إلى المشاركه الإبداعية لكل عمال التنفيذ.

هذا يختار الموسيقى، وذاك مهندس الصوت، وثالث مخرج، ورابع منفذ وغيرهم.

إن الهدف النهائي لإعداد البرامج هو النجاح وهذا يعود إلى كل مَنْ له علاقة به ممن سبق ذكرهم وتؤخذ درجة النجاح من المستمع ذاته لأنه هو المقوم الأساس للبرنامج ولابد من الاخذ برأيه لأنه الغاية من إعداد البرنامج.

ان ما يحدد التعاون بين العاملين في البرنامج ويُنَظِمْ عملهم هو السيناريو المخطوط للبرنامج بشكل خاص إذ يحدد المخطئ والمصيب من المشاركين في إعداد البرنامج وتنفيذه.

السيناريو : الدليل الناظم للبرنامج الاذاعي

يُنْظَرْ إلى السيناريو على أنه نص صحفي مكتوب للإذاعة بوجه خاص، فهو يحدد شكل ومضمون البرنامج الإذاعي من جهة، ومن جهة ثانية يعتبر السيناريو المتنوع بمضمونه دليل عمل إذ يتضمن ملاحظات إضافية يضعها معد البرنامج يكون لها علاقة بالخصائص والطرق المقترحة للوسائل التعبيرية وتوافقها

مع نوع البرنامج وخاصة ما يتعلق بالإبداعات الأدبيـة والموسيقا والمؤثرات الصوتية الأخرى التـي يجد ذكرها فـي السـيناريو باعتبـاره الشكل الأولـي للبرنـامج بمـا يحتويـه مـن ملاحظـات وإرشادات تتعلق بالتنفيذ أمام المايكرفون والعدسة التلفزيونية.

يتضمن السيناريو الإذاعي نصوصاً مكتوبة لقراءتها أمـام المـايكرفون أو العدسـة التلفزيونيـة بحيـث تتناسـب مـع الإدراك السمعي وانتباه المستمع ولتكون مقبولة بالنسبة له.

المُعِدّ: وهو المسؤول الأول عن ترتيب فقرات البرنـامج الصـوت-التسـجيلات الوثائقيـة-الموسـيقا- المؤثـرات الصـوتيـة الوقائع الفواصل.. الخ.. بحيث يستطيع أن يجذب انتبـاه المسـتمع والتأثير عليه بدرجة عالية.

وعلى ذلك فالسيناريو لوحة فنية منوعة الألوان ترسمها يـد الكـاتب الصحفـي الإذاعـي كمـا أنـه وسيلة الاتصـال بيـن جميـع المشـتركين فـي صنـع البرنـامج مــن معـد، ومحــرر وموسـيقي ومخرج ومهندس الصوت ومنفذ وقد يكون المذيع أو المُمَثِل هـو المؤلف نفسه لذلك يجب أن يكـون السيناريو لوحـة حيـة تجسـد البرنامج بعناصره المتعددة.

أمّا بالنسبة للنص الطويل فيجب أن يحدد السيناريو قراءاته من قبل مذيعين اثنين وهذا ما يحصل عادة في الندوات والمواد السياسية والاقتصادية لأن اشتراك أكثر من مذيع في قراءة النص يزيد من حيوية النص المكتوب كما ينطبق هذا على البرامج الفنية والحوارية وغيرها.. ولتقوية التأثير العاطفي في المستمع يجب إدخال الموسيقى والمؤثرات الصوتية كخلفية للنص الطويل المقروء أمام المايكرفون فيكون مقبولاً.

كما تتم الإشارة في السيناريو إلى الأماكن المناسبة لإدخال الموسيقى والمؤثرات الصوتية الأخرى بحيث تكون أكثر فاعلية وتأثيراً في العاطفة والإشارة أيضاً إلى الفواصل الموسيقية ونوع المؤثرات الصوتية ان كل ما تقدم ذكره ينعكس في مرحلة التنفيذ وبدور المشاركين فيه (المذيع أو المذيعة تسجيلات وثائقية، موسيقا، أصوات مسجلة، قيثارة....الخ) شريطة أن يحدد مكان وزمان كل منها في البرنامج دون خلل فيها.

***شكل السيناريو:**

ان اعداد البرنامج الاذاعي يكون بشكل يناسب الإدراك السمعي للمستمع يتجسد ذلك بالأجزاء المتطابقة والمنسجمة ومتطلباتها التي ترسمها يد المعد فكيف يجب أن يكون في شكل السيناريو الإذاعي؟.

السيناريو: هو ضابط الايقاع للبرنامج الإذاعي يفترض عدداً من المقومات التي أصبحت المحافظة عليها عادة دارجة ويكون الشكل الكتابي للسيناريو الإذاعي كالتالي:

يُكْتَبْ النص على ورقة رسمية ويُتْرَك على يسارها حقل بمساحة قدرها عشر ضربات للآلة الكاتبة يخصص لمخططات التنفيذ بحيث *يتألف السطر من /55/ حرفاً ويكتب في الصفحة /30/ سطراً وهذا من ضرورات تحديد زمن قراءة النص وتقديره والذي يتم حسابه بـ/700/ إشارة صوتية في الدقيقة وبمعدل (13-14) سطراً وهذا *لاينطبق على كل اللغات وإنما يتفاوت بين لغة واخرى أمّا بالنسبة للندوات والتقارير والريبورتاجات والرواية والمواد الأُخرى فإن تقديمها يتم بحديث مباشر وبشكل فني بحيث يصبح /600/ إشارة صوتية وبمعدل/12/ سطراً في الدقيقة الواحدة بحيث يؤخذ بعين الاعتبار عند حساب الزمن الذي يستغرقه نطق الأرقام الواجب ذكرها وحصر ما يتعلق بالمحطات والإشارات التوضيحية التي لها علاقة بالنص داخل قوسين كي لاتُحْسَبْ مع الإشارات الصوتية الواجب قراءتها أمام المايكرفون.

---

* لكل لغة خاصيتها

* إضافة للمترجم

يختلف سيناريو إذاعي عن آخر بحسب طبيعة كل برنامج وهذا مرده إلى خصائص البرنامج المعد ومتطلباته.

مثال نصوص نشرة الأخبار التي تُكَتبْ عادة في نصف الورقة الرسمية كما يكتب كل خبر أو معلومة على ورقة خاصة به (كالخاطرة) المعلومة-الخبر-الملاحظة-النداء..)

وفيما إذا تجاوز الخبر الـ/15/سطراً فانه يتبع على ورقة ثانية .. وهكذا..

***بعض الملاحظات حول استخدام المايكرفون خارج الاستديو**

من المعروف أن طبيعة عمل الصحفي الاذاعي تقوده الى أن يحمل آلات التسجيل إلى مكتب أديب أو أكاديمي أو إلى منجم أو إلى ملعب رياضي أو أمام مستقبلي وفود أجنبية أو إلى متجر أو مدرسة أومسرح.. فهل تختلف طبيعة العمل من خلال نقل المايكرفون واستخدامه خارج الاستديو؟ وماذا ينبغي أن يعرف في مثل هذه الحالة؟

عادة يجري التسجيل في الطبيعة ضمن ظروف مليئة بالضجيج، ونقاء التسجيل وصفاؤه وسط المؤثرات الطبيعية المحيطة بالمايكرفون أمر له علاقة بالمسافة التي تفصل بين المايكرفون ومصدر الصوت والضجيج الناتج عن الأوراق

المستخدمة في المكتب وضجيج الآلات في المعمل ومؤثرات الرياح الطبيعية أثناء التسجيل في العراء.. وفي مثل هذه الحالة يجب أن تكون المسافة الفاصلة بين المايكرفون والمتحدث الذي تجري معه المقابلة ما بين 30-40سم ان التسجيل وسط الضجيج يبدو واضحاً وبشكل أكبر كالصدى الناتج عن انعكاسات الصوت الناتجة عن جدران المكتب ومؤثرات أخرى كصوت الهواء وغيره... كل ذلك ينقله المايكرفون كما هو ففي الصالات الكبيرة والأجواء المليئة بالضجيج العالي يُفقِدْ صوت المتحدث فعاليته ونقاءه ولهذا يجب أنْ يتم تقريب المايكرفون من مصدر الصوت المراد تسجيله الذي يعكس اللوحة فيصبح عندئذ واضحاً ومحافظاً على فعاليته وللتسجيل في مثل هذه الحالات يتبغي استخدام مايكرفونات خاصة ومناسبة للموقف وعند التسجيل في المعامل وصالات البيع وأماكن مماثلة يحيط بها الضجيج يجب أن تكون المسافة بين المايكرفون ومصدر الصوت بين 10-15 سم وأماكن مماثلة وألا يوجّه مباشرة إلى الصوت الصادر عن الفم.

من المعروف أنه عندما يتحدث الإنسان وسط الضجيج يضطر لرفع صوته أو الصراخ وفي هذه الحالة ينبغي على الصحفي الإذاعي أن يُذَكِّرْ المتحدث بأن المايكرفون لايحتاج

للصراخ، وإذا كان هناك مجال للإختيار عند التسجيل في أجواء يشغلها الضجيج يجب اختيار غرفة صغيرة فيها بعض الحاجات/مفروشات قماشية-سجاد-ستائر/ لأن هذه المواد تمتص الصوت وتخفف من تأثير الصدى والضجيج وتقطع الطريق أمامها كي لاتصل إلى المايكرفون.

لايتمتع المايكرفون بخصائص الأُذن الإنسانية التي تميز بين الصوت الأساسي والصوت الثانوي وبعلمنا أن المؤثرات الصوتية المحيطة ضرورية لتُستَخْدَمْ كخلفية للصوت الأساس مع الأخذ بعين الاعتبار أن ما يهمنا هو تسجيل صوت الشخص الضيف بشكل واضح وسط الضجيج كما هو وبقوته الحقيقية.

كثيراً ما يلتقي الصحفي الإذاعي ويسجل لقاءات مع أشخاص ليس لديهم تجربة مع المايكرفون والتحدث أمامه ومنهم المستمع الجيد للمذياع، لكنه ليس من الذين يجيدون التحدث بسبب صوته المتقطع وغير الممتع أو لفظه غير السليم لأن المايكرفون لايغفر لأحد، والحديث مع أناس من هذا النوع يُفْقِدَ التسجيل جماله وجوهره، وهنا يجب على الصحفي الإذاعي أن يُحسنِ التصرف بإبعادهم عن المايكرفون بطريقته الخاصة دون مشاركتهم المباشرة أمام المايكرفون.

يضاف إلى ذلك أن المتحدث لأول مرة أمام المايكرفون يرتَجِفُ ويَرتَبِك وكذلك قسم من الذين لديهم تجربة سابقة يرتبكون، ومن واجب الصحفي تسهيل الأمر ومساعدة الشخص الذي تُجْرى معه المقابلة للتحدث بجرأة أمام المايكرفون من خلال إشعاره بعدم وجود المايكرفون وعدم الإشارة إلى حذاقة المايكرفون وصدقه وأمانته بنقل كل شيء إذ من المفروض ألاّ يجري الحديث بصوت مرتفع أو بسرعة كما لايجوز إجراء التجارب بالتسجيل، لأن التجربة الطويلة والتعامل مع المايكرفون أكدت أنّ القوة العاطفية للتسجيل الأول لايمكن إعادتها وبالنتيجة فأن المقابلة والتسجيل حالة طبيعية في الإبداع الفني للصحفي الإذاعي، وكما يقال فإنّ عمل الصحفي يبدأ فور توجهه نحو هيئة التحرير بينما العكس بالنسبة للصحفي الإذاعي (الريبورتير أو المعلق) أن عمله ينتهي عندما يطفئ آلة التسجيل ويقفل المايكرفون والشيء الجيد هو أن يعود المُعَلِقْ إلى مبنى الإذاعة ومعه تسجيلات كثيرة عندها يكون قد استطاع أستخدام إمكانات الإذاعة وهذا يرجع إلى نسبة تدخله بعملية المونتاج حيث يرتبط نجاحه بالعمل والخبرة، ومونتاج المقابلة أو التعليق بعد تسجيله في مكان الحدث.

*الصحفي مُقدِماً للبرامج الإذاعية

لايقتصر عمل الصحفي في الإذاعة الحديثة، على تأليف البرامج وإعدادها وتقديمها، بل يتعدى ذلك إلى العمل على تحديثها وتطويرها باستمرار..

أن ما سبق ذكره يجعل من الصحفي العامل في الإذاعة موجهاً رئيسياً للحديث الإذاعي، كما تجدر الإشارة إلى ضرورة الاهتمام بعناصر حضوره الشخصي تلك التي تجعل الطريق أمامه مُيَسرة، وتتمثل هذه العناصر في النقاط البارزة التالية:

1- الاهتمام بمراقبة نفسه وهو يعمل أمام المايكرفون للمحافظة على وتيرة واحدة لصوته دون ارتفاع أو انخفاض، وتلوين نبراته بحسب معنى الجمل، والمحافظة على الدقة والهدوء فيما يقرأ، أويتحدث به ذلك أن آداب الحديث العادي في الحياة اليومية لاتختلف عن آداب التعامل مع جمهور المتلقي من خلال الميكرفون.

2- ضبط عملية التنفس أمام الميكرفون لتحقيق جمالية الأداء المطلوبة، ويجب باستمرار أنْ تكون هذه العملية طبيعية ومنظمة بصورة دقيقة.

3- يُفضّلْ أن يترك مقدم البرنامج والمذيع التدخين لما له من أثر سلبي على العملية التنفسية أو على إيقاع الصوت وصَفائه ونَقائه.

4- اعتذار المتحدث امام الميكرفون للجمهور عند السعال الاضطراري، أو عند التلعثم العفوي واجب تفرضه اللباقة الاجتماعية، لتحقيق نوع من التواصل الأمثل مع الجمهور، قوامه الود والاحترام المتبادلين، ولنتذكر أن أي تجاهل لهذه اللباقة، يؤدي الى نفور المستمعين، وانشغالهم بالتعليق على المذيع وذوقه لما يفوّتْ عليهم فرصة متابعة ما يقوله، واستيعابه الاستيعاب المطلوب.

5- اللجوء الى التكثيف في الكلام، والأبتعاد عن الاستطراد، ولنتَذكَّر دائماً الحكمة القديمة، "خير الكلام ما قلّ ودل".

6- ضرورة استيعاب الموضوع الذي يقدمه المذيع أو مُقَدِمْ البرامج، سواء في البرامج الأخبارية أم الثقافية، أم سوى ذلك من الموضوعات، بما يجعل المستمعين يثقون بما يقول، ويقتنعون بمضمونه ولايختلف هذا الأمر بين البرامج المسجلة، أو المقدمة على الهواء مباشرة.

7- تختلف طبيعة الأداء الصوتي والإلقائي من نوع إلى آخر من البرامج فالبرامج الاخبارية، أو الثقافية الرزينة، تحتاج

إلى أداء رصين، وخبرة بالمصطلحات الخاصة بكل من هذين النوعين، بينما تحتاج البرامج الصباحية الخفيفة أو البرامج المنوعة إلى التحلي بروح المرح، والدعابة، والخِفَّة، والرّشاقة في الأداء.

8- ينبغي التعاون بين مُقَدِم البرنامج وفريق عمله من الفنيين، بما يظهر للمستعمين أنّ هذا الفريق مهتم بموضوعه، ومتعاون في تفهم أبعادِه، وفي تقديمه للناس، في أنصع صورة، وأكثر الصيغ آثاره للانتباه وتشويقاً للمتابعين.

وخلاصة القول أن الحكم بنجاح البرنامج أو عدمه، أمر لايمكن التأكد منه، إلاّ بعد أن يُبَث ويصل إلى الجمهور، حيث يتم تقويم العمليه الاتصالية بمجملها، من حيث نجاح السيناريو المُعَدْ ومقدرة الصحفي أو مقدم البرنامج على أن يحقق الإتصال الأمثل مع الناس بأدواته الشخصية والفنية.

وتجدُر الإشارة إلى أهمية السمعة الحسنة للمذيع والصحفي بين جمهور المستمعين في تحقيق الثقة به، وبما يُقَدِم، حيث تتيح له هذه السمعة مكانة متميزة، عند كل من إدارة الإذاعة التي يعمل فيها وجمهور المتلقين بآن معاً.

الخاتمة

ان كتاباً مختصراً بهذا الحجم ليقصر، عن أن يشمل الفنون الإذاعية بكاملها، وإذا كان هدفنا من تقديمه للناس بهذه الصورة المختصرة، لايعدو الإشارة إلى أهم الشروط والعناصر الضرورية لمن يتصدى للعمل في المجال الإذاعي، فإننا نعتقد أن في هذا الهدف الواضح شيئاً من بلوغ المراد.

أن ما تجدر الاشارة اليه في الختام هو أن العمل الإذاعي بصعوباته وتعقيداته الفنية يظل الفن الجماهيري الأوسَع انتشاراً في عصرنا، وهذا ما يفرض على الصحفي الراغب بالإنخراط في سلك الإذاعة أنْ يستعد له، ويواصل الاستعداد على الدوام بالكثير من المعرفة، والخبرة بأسرار هذا العمل ذي الجاذبية الجماهيرية الخاصة، في زمن أصبح الناس فيه ينظرون اليها على أنها الصديق الناصح، والرفيق الممتع، والمَرْجِعْ الناطق لكل ما يعرض له من شؤون الحياة، كما هي في الواقع وسيلة مثلى لدعم الإنسان نفسياً، وإشعاره على الدوام بأن له وراء هذا المذياع أصدقاء حميمون، يهتمون بخطواته اليومية، لكي تكون ثابتة ومشدودة الأزر، وواثقة بنفسها، وهي تنتقل من حسن إلى أحسن، ومن جميل إلى أجمل في دروب الحياة..

من أصدارات دار مشرق-مغرب

- حسيبة (رواية) .... خيري الذهبي
- هشام (رواية) .... خيري الذهبي
- الاطفال المشكلون (دراسة)........ترجمة عدنان الاحمد/تاج السر عبد الله الشيخ
- مناهج العلوم الاجتماعية (دراسة) .... ترجمة د سام عمار
- القدس في اعمال الكاريكاتوريين العرب ...... موسوعة الكاريكاتور العربي
- كواليس وكوابيس (كاريكاتور) .... موسوعة الكاريكاتور العربي
- صعود المطر (دراسة) .... جمال ربيع
- الفضاء المسرحي (دراسة) .... اكرم اليوسف
- ذلك الجانب الآخر (دراسة) .... حسن سليمان
- أطلس المياه الصراع والتوافق في الشرق الأوسط.......... اعداد وتقديم فايز سارة
- دراسات في الاسلام السياسي (دراسة) .... فايز سارة
- الاقليات في الواقع العربي(دراسة) .... عبد الله الحسن
- الاقتصاد السوري على مشارف القرن 21 (دراسة)..........د.منير الحمش
- العمارة البيزنطية (دراسة) .... ترجمة رندة قاقيش
- الرجل المدجن (دراسة) .... ترجمة آسيا القادري
- اللعب عند الأطفال (دراسة)................................ د. فاضل حنا
- الأقليات في شرق المتوسط (دراسة).............................. فايز سارة

كتب تحت الطبع

رسامو الكاريكاتور العرب موسوعة الكاريكاتور العربي

حكايا الكاريكاتور العربي موسوعة الكاريكاتور العربي

